

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН  
КАФЕДРА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН, ІНФОРМАЦІЇ  
ТА РЕГІОНАЛЬНИХ СТУДІЙ

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач випускної кафедри

\_\_\_\_\_ Н.Ф.Ржевська

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

**ДИПЛОМНА РОБОТА**

ВИПУСКНИКА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ МАГІСТР

ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 291 «МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ, СУСПІЛЬНІ  
КОМУНІКАЦІЇ ТА РЕГІОНАЛЬНІ СТУДІЇ»

ЗА ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЮ ПРОГРАМОЮ «ЗОВНІШНЯ ПОЛІТИКА І  
ДИПЛОМАТІЯ»

Тема: «Особливості публічної дипломатії Республіки Польща»

Виконавець: студентка 2 курсу, 207 групи, Сахно Валерія Андріївна

Керівник: професор кафедри міжнародних відносин, інформації та регіональних  
студій, доктор історичних наук Троян Сергій Станіславович

Нормоконтролер: \_\_\_\_\_

(підпис)

(П.І.Б.)

## **ЗМІСТ**

<b>ВСТУП.....</b>	<b>3</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ПУБЛІЧНА ДИПЛОМАТІЯ В СУЧАСНИХ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИНАХ .....</b>	<b>7</b>
1.1 Сучасні міжнародні відносини та їх особливості.....	7
1.2 Історія та причини виникнення публічної дипломатії .....	17
1.3 Основні цілі, інструменти та методи публічної дипломатії .....	25
<b>РОЗДІЛ II. ПУБЛІЧНА ДИПЛОМАТІЯ У СУЧАСНІЙ ЗОВНІШНЬОПОЛІТИЧНІЙ ПРАКТИЦІ США ТА ПОЛЬЩІ.....</b>	<b>36</b>
2.1 Публічна дипломатія США та її особливості .....	36
2.2 Забезпечення зовнішньополітичних інтересів Республіки Польща інструментами публічної дипломатії .....	49
<b>РОЗДІЛ III. СУЧАСНІ МЕХАНІЗМИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПОЛЬСЬКОЇ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ.....</b>	<b>56</b>
3.1 Порівняльний аналіз публічної дипломатії Республіки Польща та США .....	56
3.2 SWOT аналіз культурної дипломатії Республіки Польща як одного з інструментів публічної дипломатії .....	65
3.3 Особливості сучасної публічної дипломатії Республіки Польща .....	72
<b>ВИСНОВКИ .....</b>	<b>85</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....</b>	<b>89</b>

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження.** Створення позитивного та керованого іміджу є нині однією з найважливіших складових політики кожної держави. Позитивний образ держави в масовій свідомості необхідний насамперед для вдалого просування та реалізації національних інтересів. У цьому контексті особливо важливою являється комунікативна політика держави, одним із ключових напрямів якої є формування сприятливого образу держави, її громадян, зовнішньої та внутрішньої політики, культурних цінностей і способу життя громадян. Саме для реалізації цих завдань спеціалісти зв'язків з громадськістю використовують інформаційно-комунікаційні технології, а саме публічну дипломатію.

Ефективність здійснення державної влади в будь-якій країні по перше залежить від інформаційного супроводу її діяльності. Сьогодні, важко уявити ефективно функціонуючий механізм публічної влади без медіа-підтримки всіх напрямів внутрішньої і зовнішньої політики держави. До факторів, які формують параметри зовнішньої оцінки держави можна віднести: кількість, якість і доступність інформаційних ресурсів.

В якості ефективного інструменту реалізації зовнішньополітичних цілей виступає публічна дипломатія. В останні десятиліття помітно зріс інтерес до публічної дипломатії в рамках наукових концепцій, а також серед державних, політичних діячів, журналістів та суспільства в цілому. В наші дні країни, що претендують на лідерство на міжнародній арені, приділяють особливу увагу вибору інструментів публічної дипломатії.

Для країн, що розвиваються й значно поступаються у могутності розвинутим країнам, публічна дипломатія може стати ефективним способом заявити про себе, зосередити увагу громадськості на важливих для них питаннях, підвищити авторитет і посилити вплив на внутрішні та міжнародні процеси.

Тому актуальність теми визначається передусім необхідністю комплексно дослідити історію виникнення поняття «публічна дипломатія» та становлення публічної дипломатії як інформаційно-комунікаційної технології. Також звернути

увагу на країну родоначальницю публічної дипломатії – США. Наступним кроком має стати дослідження міжнародного досвіду застосування публічної дипломатії в процесі створення позитивного іміджу держави на прикладі Республіки Польща.

**Метою роботи** є визначення змісту та кращих практик застосування порівняно нової інформаційно-комунікаційної технології «публічна дипломатія», як механізму реалізації комунікативних стратегій держав на прикладі Республіки Польща.

**Головними завданнями є:**

- охарактеризувати особливості сучасних міжнародних відносин;
- проаналізувати історію та причини виникнення публічної дипломатії;
- визначити цілі, інструменти та методи публічної дипломатії;
- довести те, що публічна дипломатія - одна зі складових стратегічних комунікацій, на яку покладено ключове завдання - формування іміджу держави;
- провести порівняльний аналіз досвіду використання публічної дипломатії в зовнішній політиці США та Республіки Польща;
- провести SWOT аналіз культурної дипломатії Республіки Польща;
- зробити висновок про особливості та перспективи розвитку цифрової дипломатії Республіки Польща.

**Об'єктом** даного дослідження виступає публічна дипломатія, як важливий елемент зовнішньополітичної діяльності держав.

**Предметом** є механізми та можливості реалізації публічної дипломатії Республіки Польща.

**Методи дослідження.** У ході роботи використано структурно-функціональний і порівняльний аналіз. Вони були спрямовані на виявлення та пошук, визначення властивостей і характеристик на основі зібраних статистичних даних і емпіричних досліджень окремих об'єктів, процесів, явищ. Ці методи використані з метою встановлення логічних закономірностей, які впливають на досліджувані об'єкти або явища, і пошуку переваг і вразливих місць, які можуть виявлятися під впливом певних міжнародних факторів. У відповідності з метою і сферою дослідження структурно-функціональний і порівняльний аналіз використані

для вивчення функціонального змісту публічної дипломатії Республіки Польща та її порівняння з публічною дипломатією США. Також застосовано метод SWOT-аналізу (strength, weaknesses, opportunities and threats) який дав змогу виявити сильні та слабкі сторони предметної сфери дипломного дослідження, які потребують найбільшої уваги та зусиль з боку дипломатичного забезпечення зовнішньої політики Польщі на сучасному етапі. Перед початком SWOT-аналізу основну увагу було зосереджено на ймовірних загрозах і можливостях. Після цього виявлено, які загрози є найбільш імовірними та які ризики вони здатні спричинити. Саме вони потребують найбільшої уваги і концентрації зусиль у сфері публічної дипломатії Республіки Польща з метою їх усунення.

**Наукова новизна одержаних результатів.** Дослідження є одним із перших у вітчизняній науці, в якому на основі залучення й аналізу широкого кола джерел та наукової літератури комплексно розкрито та систематизовано ключові теоретичні та прикладні питання функціонування публічної дипломатії Республіки Польща, як вагомого фактору розвитку системи міжнародних відносин держави. При розв'язанні поставлених завдань у дипломній роботі вперше:

- проведено порівняльний аналіз публічної дипломатії передової країни США з Республікою Польща, на основі зібраної інформації з широкого кола джерел;
- наведені приклади яскравої роботи публічної дипломатії США, яких слід дотримуватись Республіці Польща;
- з проведеного SWOT-аналізу було отримано дані про можливі загрози Республіки Польща в просуванні культурної дипломатії, про слабкі та сильні сторони та про можливості, які сприятимуть подальшому розвитку;
- на основі аналізу існуючих практик провідних акторів, розроблено авторську рекомендацію, щодо підвищення ефективності роботи цифрової дипломатії Республіки Польща.

Удосконалено:

- розуміння вагової ролі окремих інструментів публічної дипломатії США, як держави-лідера.

- розуміння поточних характеристик місця Республіки Польща в сфері публічної дипломатії у світі;

Набули подальшого розвитку:

- методологія дослідження форм та особливостей функціонування публічної дипломатії Республіки Польща;

- теоретичні положення про роль іномовлення у зовнішньополітичній стратегії в сучасних умовах у сфері цифрової дипломатії, зокрема, соціальні сторінки державних службовців та сайти, які висвітлюють культуру Республіки Польща;

- розуміння вагомої ролі Інтернету у дипломатичній практиці, як інструменту прямої діалогічної взаємодії з цільовими зарубіжними аудиторіями, насамперед використання політичними лідерами та дипломатами соціальних медій.

**Практичне значення отриманих результатів** роботи полягає в

можливості використання матеріалів, висновків та рекомендацій дослідження при вдосконаленні публічної дипломатії урядом Республіки Польща, шляхом запозичення досвіду такої визначної країни, як США. Робота має практичне значення для працівників вітчизняних державних інституцій, насамперед МЗС та дипломатичних структур; для недержавних структур, що реалізують проекти в культурній сфері; для інших зацікавлених сторін, які досліджують процеси та явища, що розкриваються в даній роботі, або займаються практичною діяльністю у сфері публічної дипломатії.

**Структура роботи.** Дипломна робота складається зі вступу, 3-х розділів, висновків та списку використаних джерел і літератури.

**Обсяг роботи становить 97 сторінок, основний зміст викладено на 82 сторінках.**

# **РОЗДІЛ 1. ПУБЛІЧНА ДИПЛОМАТІЯ В СУЧАСНИХ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИНАХ**

## **1.1 Сучасні міжнародні відносини та їх особливості**

Поняття міжнародних відносин сформувалося не так давно – на рубежі XVIII-XIX ст., незважаючи на той факт, що ще за часів Античності люди досліджували міжнародні відносини. Термін ввів Дж. Бентам – англійський філософ. Уповільнення понятійного оформлення міжнародних відносин спровоковано, швидше за все нерозвиненістю гуманітарних наук, формування яких завершилося в Європі тільки в середині позаминулого століття, а також відносною слабкістю національних держав – з початку XIX ст. головних дійових акторів міжнародних відносин.

Перед розглядом особливостей міжнародних відносин необхідно зрозуміти, що таке «міжнародні відносини» в цілому. Бентам визначає міжнародні відносини як перш за все стихійно організовані відносини великих національних держав. Їх серцевиною виступали міжнародні політичні відносини (відносини, що зачіпають найвищий рівень державної влади), які в цій якості в історії міжнародних відносин проіснували приблизно до початку 70-х рр. XX ст. З цього часу на провідні позиції починає виходити та модель міжнародних відносин, в якій держави залишалися провідними, але не пануючими суб'єктами міжнародного життя, а світовий простір постає не розірваним на численні фрагменти, а тісно пов'язаним [1].

Починаючи з давніх часів міжнародні відносини грали дуже важливу роль в житті кожної країни, суспільства в цілому. Становлення і розвиток окремих держав, поява кордонів, формування різних сфер життєдіяльності людини спричинило за собою виникнення численних взаємодій, що реалізуються між країнами, а так само і з міждержавними союзами та іншими організаціями.

Доцільно сформулювати й запропонувати ряд загальних правил і закономірностей, які спостерігалися в різних міжнародних системах і, таким чином, можуть бути визначені як узагальнюючі:

1) кожна система міжнародних відносин є історично обумовленим явищем, існування якого реально визнається та усвідомлюється на основі відстеження емпіричних чинників;

2) встановлення нової системи міжнародних відносин не обов'язково призводить до руйнування регіональних підсистем, однак імперативно впливає на характер, інтенсивність і параметри зв'язків у ареалах їх поширення;

3) досі доволі невизначеним структурним феноменом залишається явище «міжсистемного переходу», або різна за часовою довжиною та хронологічними межами епоха руйнування попередньої системи та встановлення нової системи;

4) криза міжнародної системи не обов'язково призводить до руйнування попередньої системи та встановлення нової. У разі приборкання системоруйнівних імпульсів стабільність системи може бути відновлено. (Найбільш показовий приклад – наполеонівські війни, наслідком яких стало перегрупування владно-силової композиції в межах системи, а також часткове посилення деяких із елементів системи за рахунок послаблення інших.);

5) перехід від однієї системи відносин до іншої призводить до неминучої переоцінки ролі та значення (й відповідно, до перегляду змісту) основних форм взаємовідносин між її елементами. Це не означає, що встановлення нової системи міжнародних відносин обов'язково призведе до появи нових форм відносин, хоча це й не виключається. Проте це беззастережно означає, що одні форми взаємовідносин (та їхні інституційні прояви) втрачатимуть вагу та першочерговість, а інші, навпаки, набуватимуть нового змісту або більшої інтенсивності;

6) кожній системі міжнародних відносин властивий свій набір регулюючих механізмів і пріоритетних правових норм. При переході від ранніх, більш простих і примітивних форм системної взаємодії, до більш складних і розвинутих відбувається вдосконалення та диверсифікація регулюючих механізмів;

7) норми міжнародного права так само, як і норми національного права, не є константою. Проте перегляд норм і принципів міжнародного права може відбуватися в інших формах, аніж зміна норм і принципів національного права;



8) кожній системі властивий свій набір політико-ідеологічних понять і дефініцій, які вважаються нормативними формами інтерпретації суб'єктами системи власних прагнень та інтересів [2].

Якщо говорити про класичні підходи до розуміння сучасного етапу еволюції міжнародних відносин то вони були закладені в період руйнації біполярного світу епохи «холодної війни» і формування нових основ світового і міжнародного порядку. З'явилися дефініції, які набули швидкого поширення і стали крилатими. Назвемо, наприклад, «зіткнення цивілізацій» С. Хантінгтона [3] чи «кінець історії» Ф. Фукуяма [4], «футурошок» і «третю хвилю» Е. Тоффлера [5], «інформаційну епоху» М. Кастельса [6], «світ без кордонів» Зб. Бжезинського [7] або «світ-систему» І. Валлерстайна [8-10], «уніполярну міжнародну систему» А. Страуса тощо [11].

Потрібно звернути увагу на те, що система міжнародних відносин у сучасному світі має дуже складну будову і будь-яке визначення, або типологія тільки умовно відображає міжнародні реалії. Не можна не помітити і того факту, що головну роль у пізнанні законів функціонування міжнародної системи відіграє її структура. Згідно з базовою ідеєю нескоординована діяльність суверенних держав зі своїми інтересами формує міжнародну систему. Її головною ознакою є домінування обмеженої кількості найсильніших держав і її структура визначає поведінку всіх міжнародних акторів. Тому, можна стверджувати, що найзагальнішим законом міжнародних систем вважається залежність поведінки акторів від структурних характеристик системи. Ще одним найзагальнішим законом Р. Арон, наприклад, називає закон рівноваги міжнародних систем, або закон балансу сил, що дозволяє зберегти порівняну стабільність міжнародної системи [11].

Що стосується трансформації міжнародної системи, то основним її законом вважається закон кореляції між полярністю і стабільністю міжнародної системи. Однак розпад радянського блоку і крах глобальної біполярної системи поставили такі питання, які не можуть бути з'ясовані в межах традиційних термінів «полюсів», «балансу сил», «конфігурації співвідношення сил» і т.д. Світ вступив у смугу невпевненості та ризиків, які зростають з великою швидкістю. За визначенням

російського політолога-міжнародника А. Д. Богатурова, «Ялтинсько-потсдамський порядок розпався, а міжнародна система стала скочуватися до дерегулювання» [1]. Як наслідок, глобальна міжнародна система переживає глибокі потрясіння, пов'язані з змінами її взаємодії із середовищем та трансформацією своєї структури. Це відповідно позначається на її регіональних і периферійних вимірах, доказом чого слугують події довкола Косова, Грузії, Іраку чи Афганістану [11].

У зв'язку з цим бельгійський учений А. Самюель вважає, що людство вже вступило в «новий міжнародний світ». Американський науковець Дж. Розенау говорить про «світ постміжнародної політики». Швидкість і глибина змін, які в ньому спостерігаються, мають як мінімум три головні наслідки:

- 1) відбувся перехід від біполярного світу до комплексного;
- 2) цей перехідний світ став непередбачуваним і в ньому вже неможливе з'ясування питань міжнародної безпеки старими військово-силовими методами;
- 3) надзвичайно важливого значення в сучасному світі, зокрема й у сфері світової політики, відіграють інформаційні технології, які характеризують сучасне суспільство як інформаційне.

Ці наслідки можна звести до одного висновку: відбувається переструктурування всього світового політичного простору, а значить закономірності міжнародних відносин, хоч і зберігаються, але набувають нових рис і розглядаються у вигляді універсальних закономірностей або тенденцій розвитку сучасних міжнародних відносин [11].

Щодо виявлення змісту основних закономірностей (наявності довгої низки схожостей у міжнародних відносинах, які не залежать від особливостей тієї чи іншої епохи) і тенденцій (напряму, направленості еволюції міжнародних відносин) розвитку взаємодій на міжнародній арені між учасниками світового політичного процесу, то, підсумувавши різні точки зору (Ж.-Б. Дюрозеля, Р. Арона, Г. Моргентау), погодимось з професором, завідувачем кафедри соціології міжнародних відносин Московського університету імені М. Ломоносова П.О. Циганковим [12] з приводу таких фундаментальних закономірностей сучасних міжнародних відносин:

1) головними дійовими особами міжнародних відносин є держави, а формами їхньої міжнародної діяльності – дипломатія, війна і стратегія. Зауважимо при цьому, що кількість «акторів» на міжнародній «арені» значно більше і часто вони відіграють помітнішу роль від держав;

2) державна політика має два взаємопов'язані різновиди – внутрішній і зовнішній, або міжнародний;

3) основою всіх дій держав на міжнародній арені виступають національні інтереси, елементами яких є безпека, виживання і суверенітет;

4) міжнародні відносини – це силова взаємодія держав, де перевага належить наймогутнішим або великим державам;

5) залежно від розподілу могутності між великими державами баланс сил може набувати різних конфігурацій – «європейський концерт», біполярний, однополюсний і т.д. Це п'ять основних закономірностей, сформульованих у межах державно-центричної парадигми міжнародних відносин.

Стосовно загальних закономірностей, то вони повинні відповідати критеріям просторово-часового та структурно-функціонального характеру. Це означає, що: їхня дія повинна стосуватися не лише певних регіонів, а цілого світу; вони повинні спостерігатися в історичній ретроспективі, у сучасний період розвитку міжнародних відносин, а також у майбутньому; вони повинні охоплювати всіх учасників і всі сфери міжнародних відносин та суспільного життя. Звідси, можна виділити дві основні закономірності в розвитку сучасних міжнародних відносин. До них належать глобалізація та фрагментація міжнародних відносин, становлення єдиного, цілісного світу та нові форми його розколу. Ці універсальні закономірності є протилежними боками однієї внутрішньо суперечливої тенденції – зростання взаємозалежності сучасного світу, а також її проявів у сфері міжнародних відносин [11].

В контексті численних прогнозів, пов'язаних з характером і напрямками еволюції міжнародної взаємодії в XXI ст. вимальовуються щонайменше три вірогідних сценарії:

- збереження в загальних рисах існуючого status quo і продовження млявої дифузії глобального впливу США, перенесення основних акцентів політичного діалогу і суперечностей на регіональні рівні, часткові і повільні поступки на користь нових великих держав і центрів сили в рамках міжнародних економічних та валютно-фінансових інституцій;

- створення США та ЄС трансатлантичної зони вільної торгівлі, перегрупування геоекономічного каркасу євроатлантичної спільноти з метою підготовки до потенційного загострення конкуренції та суперництва з державами Азії, насамперед з Китаєм, та загострення суперництва основних центрів сили в периферійних регіонах;

- прискорене становлення асиметричної багатопольної системи внаслідок посилення держав БРІКС, створення ними паралельних структур фінансово-економічного характеру, перегляду умов та правил міжнародних економічних і валютно-фінансових інституцій, збільшення ваги та політичної активізації впливових регіональних держав [15].

Оскільки в першій половині ХХ ст. помірно розвивалася дисципліна «міжнародні відносини», вже відбувалися швидкі соціальні, технологічні та наукові зміни. Число незалежних держав подвоїлося з 1900 р. і досягло приблизно 135 в 1966 р., до 1964 р. число міжнародних організацій збільшилася приблизно до 1900 (не включаючи міжнародні комерційні підприємства). Близько 180 з цих організацій є міжурядовими. Комунікаційні та транспортні події істотно змінили характер міжнародних відносин і стимулювали регіональну економічну інтеграцію. Ядерна зброя змінила роль насильства, як інструменту здійснення міжнародних відносин. Ці зміни настільки кардинально вплинули на характер міжнародної системи, що навіть словниковий запас міжнародних відносин стрімко застарів [17].

Необхідно виділити основні якісні параметри нової системи міжнародних відносин, що характеризує те нове, що відрізняє на наших очах, міжнародну систему від попереднього її стану.

В першу чергу – це, звичайно, активні процеси глобалізації, які стосуються значущим характером сучасного світового розвитку, які з одного боку є очевидним

свідченням набуття міжнародною системою якості глобальності. А з іншого боку їх розвиток має для міжнародних відносин чималі витрати. Глобалізація може проявлятися в авторитарних та ієрархічних формах, породжуваних корисливими інтересами і устремліннями найбільш розвинених держав.

На думку сучасних дослідників, глобалізація – це процес розширення і поглиблення взаємозумовленості сучасного світу, формування єдиної системи фінансово-економічних, соціально-політичних і культурних зв'язків на основі новітніх засобів інформатики і телекомунікацій.

В умовах сучасної глобалізації, переосмислюється і збільшується роль міжнародних відносин завдяки активній залученості практично всіх держав у взаємодію, що впливає на виробництво, споживання, економіку, культуру, цінності та ідеали. З'являється важливість розгляду питання про те, що являють собою ці міжнародні відносини, як відбувається їх розвиток, яку роль в цих процесах відіграє держава.

У той же час, у зв'язку з певними ефектами глобалізації, наприклад: уніфікація культурних особливостей, втрата ідентичності, зниження національно-державних можливостей регулювання соціуму, сумніви на рахунок власної конкурентоспроможності – як наслідок, можуть виникати напади самоізоляції і протекціонізму в ролі захисної реакції.

Потім, в значній мірі збільшилась взаємозалежність світу, а разом з цим утворилося багато проблем глобального масштабу. «Комплексна взаємозалежність», що припускає множинність параметрів, а також наявність глобальних проблем, зумовила необхідність узгодженості дій різних учасників на міжнародній арені для врегулювання конфліктних ситуацій і здійснення співробітництва, внаслідок чого в другій половині XX ст. рішення міжнародних проблем об'єктивно стало головною функцією дипломатії.

Також, в сучасних реаліях добре простежується тенденція збільшення кількості суб'єктів міжнародних відносин і їх активності. Крім зростання числа держав в зв'язку з розпадом СРСР і Югославії, на міжнародну арену більш активно висуваються різні міжнародні організації. Як відомо, міжнародні організації

підрозділяються на міждержавні, або міжурядові і неурядові організації. Більш того, в даний час діє понад 250 міждержавних організацій.

Далі, істотне значення на світовій арені стали набувати міжнародні монополії, або транснаціональні корпорації (ТНК). До яких відносяться підприємства, установи та організації, метою яких є отримання прибутку.

Наступною важливою тенденцією є збільшення кількості глобальних загроз, які в свою чергу можна розділити на дві групи: старі загрози (бідність, розповсюдження зброї масового знищення) і нові загрози (кібертероризм, піратство, нові епідемії).

Необхідно виділити 13 основних тенденцій, які можуть посилити або послабити вплив окремих глобальних загроз, або змінити співвідношення між ризиками або їх групами:

- 1) старіюче населення;
- 2) зміна ролі міжнародних структур (ООН, МВФ, НАТО та ін.)
- 3) зміна клімату;
- 4) погіршення стану навколишнього середовища;
- 5) приріст середнього класу в країнах з економікою, що формується;
- 6) посилення національно-орієнтованих настроїв (це особливо гостро проявляється в даний час в Європі, де стикаються дві протилежні тенденції: з одного боку, спроба нових жителів (мігрантів) не тільки зберегти, на новому місці проживання свою культуру, спосіб життя, традиції і погляди, а й привнести їх, з іншого, боротьба корінного населення за збереження ідентичності);
- 7) посилення поляризації суспільства;
- 8) зростання числа людей, які страждають хронічними захворюваннями;
- 9) збільшення залежності від цифрових технологій;
- 10) зростаюча географічна мобільність населення;
- 11) збільшення різниці в доходах між бідними і багатими;
- 12) зміщення центрів сили;
- 13) посилення урбанізації [18].

До наступної тенденції відноситься відсутність яскраво вираженого центру сили (до 2000-х років США претендували на лідерство в світі, але зараз, збільшилася кількість гравців на міжнародній арені).

Також, на сьогоднішній день, можна спостерігати зсув економічного центру на Схід, а саме в бік Китаю і Індії.

До тенденцій варто віднести зростаючу роль інформаційних технологій та ЗМІ в сучасних міжнародних відносинах.

Таким чином, стає важливим фактором збільшення кількості залучених учасників недержавного сектора в міжнародні відносини в цілому, а також в публічну дипломатію зокрема, оскільки відбулася трансформація функцій фахівців з публічної дипломатії, які тепер повинні менше часу витратити на комунікацію, а більше часу на управління комплексом взаємовідносин між державою та іншими учасниками процесу.

Розібратися, що з себе представляють міжнародні відносини, зрозуміти їх природу можна шляхом розгляду характерних рис цих взаємодій:

1) складність такого роду відносин можна пояснити їх непередбачуваним характером. Кількість учасників цих зв'язків безперервно збільшується, відбувається постійне залучення нових суб'єктів, що тягне за собою труднощі в прогнозуванні змін;

2) з недавніх пір можна відстежувати посилення позиції суб'єктивного фактора, що знайшло своє відображення в зростаючій ролі політичної складової;

3) залучення до відносин різних сфер життєдіяльності, а також розширення кола політичних учасників: від окремих лідерів до організацій і рухів;

4) у зв'язку з великою кількістю рівноправних і незалежних учасників відносин виникає проблема – нестача єдиного центру впливу.

Міжнародні відносини представляються якимось специфічним видом суспільних відносин. Як і суспільні відносини в цілому, вони є відносинами між людьми; в них чітко простежуються економічний, соціальний, політичний і духовно-культурний аспекти. Необхідно виділити ряд особливостей феномена «міжнародні відносини». В першу чергу – це їх безвладний характер. Влада є одним

з основних регуляторів суспільного життя всередині держави, де існують відносини панування і підпорядкування. У відносинах між державами владні відносини як відносини панування і підпорядкування є не правилом, а відхиленням від нього. Тут має бути рівність партнерів під кутом зору міжнародного права. Це відносини конкуренції, суперництва або співробітництва і лише як виняток – панування і підпорядкування [19].

До особливо значущих установок по глобальному позитивному порядку денному відносяться:

- 1) подолання бідності, боротьба з голодом, сприяння соціально-економічного розвитку найбільш відсталих країн і народів;
- 2) підтримання екологічного та кліматичного балансу, мінімізація негативного впливу на середовище проживання людства і біосферу в цілому;
- 3) рішення найбільших глобальних проблем в області економіки, науки, культури, охорони здоров'я;
- 4) попередження і мінімізація наслідків природних і техногенних катастроф, організація рятувальних операцій;
- 5) боротьба з тероризмом, міжнародною злочинністю та іншими проявами деструктивної активності;
- 6) організація порядку на територіях, які втратили політико адміністративну керованість і опинилися у владі анархії, яка загрожує міжнародному миру.

Таким чином, сучасні міжнародні відносини змінюються, і трансформації безпосередньо впливають не тільки на внутрішню і зовнішню політику різних держав, а й на конкретну людину, її світогляд, принципи взаємодії з іншими людьми і в цілому на всю структуру її життєдіяльності. А до головної особливості міжнародних відносин на сучасному етапі можна віднести відсутність в них єдиного центрального ядра влади й управління. Можна сказати, що вони базуються на теорії поліцентризма. Таким чином, в міжнародних відносинах велику роль грають стихійні процеси і суб'єктивні чинники. Міжнародні відносини виступають тим простором, на якому стикаються і взаємодіють на різному рівні різні сили: державні, військові, економічні, політичні, громадські та інтелектуальні. Сучасна система



міжнародних відносин з 1991 року по теперішній час характеризується пануванням США у світовій системі. Серед експертів в міжнародних відносинах ведуться дискусії про занепад так званої Американської імперії, про крах міжнародної економічної системи, заснованої на американському доларі, про підйом держав БРІКС, проте США продовжують залишатися лідером у багатьох сферах міжнародного життя.

## **1.2 Історія та причини виникнення публічної дипломатії**

Перед розглядом такого поняття як «публічна дипломатія» слід дати визначення самої дипломатії в цілому. Згідно великому енциклопедичному словнику, дипломатія – це офіційна діяльність глав держав, урядів і спеціальних органів зовнішніх зносин щодо здійснення цілей і завдань зовнішньої політики держави, а також щодо захисту інтересів держави за кордоном [22].

Існує велика кількість різних трактувань феномена «дипломатія». Деякі з них наведені, наприклад, в таких відомих роботах, як «Дипломатія» Г. Нікольсона, «Керівництво по дипломатичній практиці» Е. Сатоу та ін. Багато з них базуються на тісному зв'язку переговорних процесів. Так, Г. Нікольсон, ґрунтуючись на визначенні, даному в Оксфордському словнику, дає своє трактування дипломатії – це «ведення міжнародних відносин за допомогою переговорів; метод, за допомогою якого ці відносини регулюються і ведуться послами і посланцями; робота або мистецтво дипломата». Дане визначення згодом стало основою для багатьох дослідників в галузі дипломатії та теорії переговорів. Однак відразу варто зробити застереження про те, що було б неправильним зводити дипломатію лише до переговорів. У такій ситуації поза сферою дипломатії була б велика частина консульської роботи, а також, наприклад, консультації (вони не припускають прийняття спільного рішення, на яке націлені переговори) і ряд інших видів діяльності. В наслідок чого на сьогоднішній день все частіше використовують більш широкі визначення дипломатії, в яких переважну роль займають переговори. Досить розгорнуте визначення використовується в книзі Дж. Берріджа англійського

дослідника, який розкриває дипломатію наступним чином: «дипломатія являє собою ведення міжнародних справ скоріше за допомогою переговорів, а також за допомогою інших мирних засобів (таких, як збір інформації, прояв доброї волі), прямо або побічно передбачають проведення переговорів, ніж шляхом застосування сили, використання пропаганди або звернення до законодавства» [23].

З настанням інформаційного століття на зміну традиційної дипломатії прийшла публічна, або, як її ще називають, громадська дипломатія. Посилаючись на історичні дані, вперше «публічна дипломатія» була згадана в англomовному джерелі в грудні 1856 р. Лондонське видання «Тайм» в статті, присвяченій політиці президента США Ф. Пірса: «Американські державні діячі повинні пам'ятати, що якщо їм потрібно справити, як вони задумали, певне враження на нас, то вони повинні стати прикладом для власного народу, і така публічна дипломатія стане найдієвішим для цього способом» [24]. Таким чином, важливо відзначити, що в даній статті розкриваються два головні аспекти публічної дипломатії, які залишаються актуальними і донині, а саме: її метою є «справити певне враження» на зарубіжну аудиторію, а далі в статті прямо говориться, що таке враження може бути примінено, в разі, якщо державна політика є моральною і відповідає очікуванням власного народу.

Трохи пізніше, в більш чіткому вигляді поняття «публічна дипломатія» проявилася під час і відразу після Першої світової війни, коли на політичну арену вийшли народні маси і представили їхні політичні партії. Уже перші із знаменитих 14 пунктів про цілі війни і принципи післявоєнного світу, з якими американський президент В. Вільсон виступив перед Конгресом 8 січня 1918 р. свідчили: «Відкриті мирні договори, відкрито обговорені, після яких не буде ніяких таємних міжнародних угод будь-якого роду, а дипломатія завжди буде діяти відверто і на виду у громадськості» [25]. Реагуючи на ці заклики, канцлер Німеччини Г. Фон Гертлінг заявив, що приймає принцип «публічності дипломатичних договорів». У своїй відповіді, сформульованій в промові в Конгресі 11 лютого, В. Вільсон уже прямо вживає термін «публічна дипломатія».

Вперше цей термін був офіційно введений в обіг в 1965 році Едмундом Галліоном, деканом Флетчерської школи права і дипломатії Університету Тафтса. Він трактував публічну дипломатію, як засоби, за допомогою яких уряди, приватні групи впливають на відносини або думки на інші народи і уряду таким чином, щоб вплинути на їх рішення в сфері зовнішньої політики. Більш того, він стверджував, що публічна дипломатія має справу з впливом, який має громадська думка на формування і здійснення зовнішньої політики держави [25].

В історії конгресу США цей термін визначався як «нова дипломатія», «культурна дипломатія» і «четвертий вимір зовнішньої політики». Д. Фоссел, голова комітету з закордонних справ, виступаючи на слуханнях в американському Конгресі в 1986 р. зазначив, що «публічна дипломатія» завжди була присутня в практиці міжнародних відносин, але лише зараз цьому явищу дали визначення [27].

Таким чином, в рамках даного дослідження, під публічною дипломатією буде розумітися сукупність заходів, спрямованих на вплив на зарубіжну аудиторію, а також її громадську думку в рамках своїх національних інтересів.

Публічна дипломатія сформувалася завдяки певним факторам, таким як: глобалізація, прогрес в сфері комунікаційних технологій і посилення впливу і залучення громад в міжнародних справах держав.

Основна відмінність між традиційною дипломатією і публічною дипломатією полягає в тому, що традиційна дипломатія орієнтована на взаєминах, що здійснюються між представниками держав і інших міжнародних суб'єктів, в той час як публічна дипломатія націлена на широку громадськість в зарубіжних суспільствах і більш конкретних неофіційних групах, організаціях та індивідах.

Основною метою дипломатії є мистецтво вирішення міжнародних труднощів мирним шляхом; до її основних агентів можна віднести підтримку відносин між суверенними державами через акредитовані представництва; її головна функція – управління міжнародними відносинами за допомогою переговорів.

Публічна дипломатія – це спосіб комунікативного впливу держави на закордонну громадську думку з метою реалізації певних політичних,

дипломатичних, військових і економічних завдань. Держава і уряд в основному забезпечують фінансову підтримку публічної дипломатії [28].

Існує й інше визначення публічної дипломатії – це комплекс заходів, що здійснюються офіційною дипломатією, спрямовані на вивчення та інформування зарубіжної масової аудиторії, а також вплив на громадську думку за кордоном з урахуванням своїх національних інтересів [29].

На думку директора Британського Центру зовнішньої політики Марка Леонарда, «публічна дипломатія – це вибудовування взаємин, розуміння потреб інших країн, культур і людей, обмін точками зору, пошуки місць, в яких перетинаються інтереси».

На сьогоднішній день існує безліч розбіжностей на рахунок різних розумінь термінів «публічна» і «громадська» дипломатія. Досить часто їх прирівнюють один до одного і використовують в якості взаємозамінних. Причина криється в тому, що по суті це два різних переклади англійського «public diplomacy». Їх принциповість полягає в етимології слів, а саме: відповідно до класичного визначення, «публічний» означає здійснюваний в присутності публіки, відкритий, в той час як «громадський» належить суспільству, що відноситься до роботи, діяльності з добровільного обслуговування політичних, культурних, професійних потреб колективу.

Спільною особливістю цих термінів є те, що це системи діалогу з зарубіжними країнами, перш за все на рівні громадських організацій. Однак, по-перше, публічна дипломатія – це система діалогу із зарубіжними країнами в політичних цілях, а громадська дипломатія – поняття більш широке і не політичне, це прояв громадянської активності в культурній, науковій та гуманітарній сферах, як правило, не пов'язаної з державним замовленням або активною участю держави. Ця активність реалізується через двосторонні формати громадської взаємодії, що стосується в основному рівня громадських структур і організацій.

Програми Управління з публічної дипломатії в рамках НАТО (Public Diplomacy Division) – класика програм публічної дипломатії, оскільки являють собою конкретну роботу з цільовими групами країн-партнерів.

Цветков, в своїх дослідженнях публічної дипломатії, зазначає, що одним з незаперечних переваг публічної дипломатії є надана їй більш значна свобода маневру в зіставленні з простором класичної дипломатії. В рамках публічної дипломатії є можливість не тільки продовжувати обмін думками з тих чи інших злободенних питань, які розпочаті в форматі класичної дипломатії – з виведенням обговорення (з урахуванням кількісного розширення і якісної зміни аудиторії) на принципово новий евристичний і аргументаційний рівень, – а й ініціювати дискусії, розгортання яких по тих чи інших причинах в класичному форматі представляються непродуктивними. Дана опція публічної дипломатії наділяє її якістю дипломатії превентивної. Володіючи можливістю випереджаючого формування порядку денного, публічна дипломатія, крім виграшу ініціативи, полегшує подальше освоєння висунутих питань в рамках «класичної» дипломатії. Звичайно, існує коло питань, до яких додаються переважно традиційні дипломатичні техніки (наприклад, проблеми роззброєння або кризового реагування), однак сьогодні переважає тенденція поступального просування публічно-дипломатичних технологій в усіх напрямках дипломатії. Так, вже зараз стає очевидною можливість впливати заходами публічної дипломатії на попередження та розблокування криз, на конструктивне вирішення питань нерозповсюдження зброї і т.д. [30].

З кінця 70-х років в Америці безперервно проводиться діяльність щодо зв'язків з громадськістю. У зв'язку з прогресом в сфері нових технологій: появою інтернету, телебачення і радіо, пропаганда трансформувалася в основний засіб публічної дипломатії. Дуже вагому роль в політиці будь-якої держави відіграє громадська думка. До обговорення проблем міжнародної політики привертають суспільну думку, окремих громадян і неурядові інститути. Таким чином, рівень інформаційних систем є показником успіху політики і зовнішньоекономічних проектів держави на світовій арені.

Прихильники теорії неолібералізму все частіше звертаються до вивчення феномена «публічна дипломатія». Після того, як відомий американський вчений, один з видатних представників політичного неолібералізму, Най Дж. в 1990 р. представив свою концепцію «м'якої сили» держави, концепція публічної дипломатії

стала розвиватися з якісно нової точки зору. Необхідно відзначити, що Джозеф Най не відкрив нове явище в світовій політиці, він лише дав цьому явищу академічне визначення, яке в короткий термін став загальноприйнятим.

На думку Дж. Ная, публічна дипломатія – це «прозорі засоби», на яких країна спілкується з громадянами інших країн і спрямована на інформування і вплив на аудиторію за кордоном з метою просування національних інтересів і просування своїх зовнішньополітичних цілей [31].

В цілому, в 1990-ті роки відбувся зсув акценту від публічної дипломатії до «м'якої сили». З'явилося також нове покоління дослідників публічної дипломатії, які стали розглядати публічну дипломатію в рамках теорії політичної комунікації, концепцій маркетингу і, звичайно ж, концепції «м'якої сили». Проте, дискусії про «м'яку силу» стали домінувати.

Нова публічна дипломатія фокусується на роботі, перш за все, з громадянським суспільством і громадською думкою, вплив яких безперечно посилюється в світі. А також є одним з ключових інструментів «м'якої сили», і це було визнано в дипломатичній практиці задовго до сучасних дебатів про публічну дипломатію.

Дж. Най сформулював «м'яку силу» в такий спосіб: «М'яка сила – здатність отримати бажане за допомогою привабливості, а не за допомогою примусу або виплати. Воно народжується з привабливості культури, політичних ідеалів і політичного курсу. Коли наш політичний курс здається легітимним в очах інших, наша м'яка сила вдосконалюється» [31].

Публічна дипломатія стала набирати обертів в США після терористичних атак 11 вересня 2001 року в США. З того моменту протистояння тероризму стало однією з найважливіших тем, що виносяться на порядок денний в коопераційній публічній дипломатії. Іншими актуальними питаннями, що формують основу для співпраці в рамках «нової публічної дипломатії», є інформаційна та кібер безпека. Отже, можна відзначити, що публічна дипломатія надає значимість особливо актуальних глобальних проблем сучасного суспільства, які слід вирішити. А також, важливо відзначити, що кожна країна сама визначає коло таких питань, в першу чергу,

виходячи з цілей і завдань своєї зовнішньої політики. Сполучені Штати Америки в якості пріоритету своєї «нової публічної дипломатії» виділяють просування демократії і прав людини.

У США в 90-і рр. XX ст., Після закінчення холодної війни, інтерес до сфери зовнішньої політики незмінно знижувався, аж до розформування в 1999 р. Інформаційного Агентства США, який здійснював раніше всю комунікацію із зарубіжними суспільствами. Однак після трагедії 11 вересня 2001 р. американський зовнішньополітичний істеблішмент досить оперативно сформулював потребу у відновленні публічної дипломатії як засобу запобігання загроз національній безпеці.

На першому етапі активізації публічної дипломатії держави головним чином намагалися відтворити інструменти, які раніше довели свою ефективність в роки ідеологічного протистояння. Але новий вид погроз, що надходили з боку недержавних акторів, вимагав нової реакції, в тому числі в сфері інформації та комунікації. Методи і інструменти публічної дипломатії, що застосовувалися в роки холодної війни, були розроблені для інших цілей, і це вимагало концептуального переосмислення всієї сфери публічної дипломатії в умовах зміненого мирополітичного контексту і стрімкого поширення нових технологій. В результаті у відносно невеликі терміни в США виникла ціла галузь наукового знання в сфері світової політики і міжнародних відносин, яка зосередилася на вивченні публічної дипломатії. Значний приріст американських практичних і академічних зусиль в цьому напрямку і зміна мирополітичного і глобального комунікаційного контексту викликали послідовну реакцію зростання уваги до даної сфери у цілому ряду інших держав, і саме значимість публічної дипломатії як сучасного явища міжнародного життя обумовлює актуальність цієї теми для дослідників. Завданням поліпшення іміджу держави в очах закордонних аудиторій в політичних і економічних цілях перейняли не лише великі держави, а й порівняно невеликі держави, які також почали шукати можливості збільшення власної «м'якої влади» [32].

Важливо відзначити, що Дж. Най виділяв 3 виміри публічної дипломатії. Перший вимір – щоденне спілкування для вирішення питань у внутрішній і зовнішній політиці, підготовка до уникнення та боротьби з кризами. Другий вимір –

стратегічне спілкування, що стосується найбільш важливих політичних тем країни, схоже з рекламною кампанією. Третій вимір – налагодження взаємин з важливими і ключовими особистостями протягом багатьох років за допомогою стипендій, навчання, програм обміну. Комунікація країн, культур і товариств з допомогою таких світових тенденцій, як глобалізація, впровадження та постійний прогрес в області інформаційних технологій, тягне за собою збільшення значущості публічної дипломатії та удосконалення її механізмів, з цієї причини можна відзначити активне зростання ступеня інформаційного забезпечення практично кожної зовнішньополітичної події.

Публічна дипломатія, очевидно, не буде розвиватися поза залежністю від зовнішньої політики країни, і вона повинна знаходитися в гармонії зі середньостроковими і довгостроковими цілями держави. Публічна дипломатія базується в першу чергу на довірі і надійності, і частіше за все краще функціонує з довгостроковими планами зовнішньої політики.

Таким чином, перші згадки про публічну дипломатію почалися в 1856 р. в лондонській публікації «Тайм». Пізніше, в більш яскравому вигляді вона стала проявлятися під час і після Першої світової війни. Вперше цей термін був офіційно введений в обіг в 1965 р. Едмундом Галліон, деканом Флетчерської школи права і дипломатії Університету Тафтса. Публічна дипломатія пройшла довгу еволюцію з моменту її виникнення в політичному дискурсі. Сьогодні цей термін значиться як розвинена багатоканальна система двосторонньої комунікації між суспільствами різних країн, не дивлячись на те, що раніше її бачили як вираз пропаганди. Важливо додати, що незважаючи на те, що феномен публічної дипломатії виник не так давно, темпи його інституційного становлення були такі, що на цей момент вона являє собою одну з домінуючих дипломатичних практик. А також, динамічний розвиток форм і методів публічної дипломатії, залучення до досягнення нею своїх цілей широкого спектру інститутів влади і громадянського суспільства дозволило ряду вчених говорити про виникнення поряд з традиційною дипломатією також «нової публічної дипломатії», яка враховує особливості інформаційної революції і ери інтернету.



### 1.3 Основні цілі, інструменти та методи публічної дипломатії

На сьогоднішній день феномен «публічної дипломатії» є міждисциплінарним напрямком, оскільки в його вивченні зацікавлені дослідники з різних сфер, наприклад, дипломати, маркетологи, журналісти, фахівці в галузі вивчення теорії міжнародних відносин, що, в свою чергу, призводить до різноманітності підходів і поглядів.

Незважаючи на загальне визнання необхідності посилення ролі публічної дипломатії, погляди на мету цього посилення серед політиків і експертів різняться. В цілому тут можна виділити дві точки зору. Одні розуміють публічну дипломатію як більш активне і вміле використання сучасних засобів PR і механізмів, напрацьованих науково виробничими об'єднаннями, для просування і популяризації цілей державної політики. Інші вважають, що завдання НВО, що займається публічною дипломатією, здійснює безпосередні зв'язки з громадянським суспільством інших країн з метою поглиблення взаєморозуміння між народами [25].

Існує кілька точок зору на тему цілей публічної дипломатії. Г. Мелоун вважає, що її призначенням є досягнення позитивного ставлення до своєї країни. Автор також виділяє дві основні акції публічної дипломатії. Перша – короткострокові акції, в які входить формування громадської думки за кордоном, сприятливої для уряду. Друга – довгострокові акції, націлені на ознайомлення іноземних громадян з країною і її народом.

У новому нетрадиційному розумінні публічна дипломатія служить інструментом зацікавленості зарубіжної аудиторії певною проблемою за допомогою таких нових методів, як мережеві контакти, створення і залучення уваги до особливих сайтів, електронна розсилка, організація інтернет-конференцій та блогів.

Дж. Венг розглядає публічну дипломатію з точки зору репутації країни. Він зазначає: «Публічна дипломатія дозволяє країні сформувати свою репутацію таким чином, щоб визначити своє місце на міжнародній арені. Репутація корениться в громадській думці і показує, чи має країна мандат для своїх дій» [25].

Як правило, публічна дипломатія не впливає безпосередньо на маси в зарубіжних країнах, а, впливає насамперед на представників зарубіжної еліти, тобто: політиків, бізнесменів, журналістів, лідерів опозиційних партій, представників академічної спільноти – професуру і студентів, які так само можуть вплинути на інших членів свого суспільства.

Важливо відзначити, що джерелом публічної дипломатії є неурядові і мережеві організації, які можуть ефективніше охоплювати своїм впливом певну частину закордонного суспільства, а платформою для них є мережа Інтернет.

До головної особливості публічної дипломатії, в контексті зовнішньої політики, можна віднести її націленість на кооперацію з недержавними акторами. Наприклад, держави активно залучають недержавних акторів до спільної діяльності, і сьогодні стає важко вловити тонку нитку між політикою держави і діями недержавних акторів. Участь недержавних органів у публічній дипломатії стала звичайною практикою для переважаючої кількості країн. [33].

Існує кілька методів з поширення публічної дипломатії, до них можна віднести:

- 1) вдосконалення в сфері туризму;
- 2) експорт продукції і послуг, що презентуються в ролі авторитетних послів;
- 3) пропаганда політичних рішень уряду країни в сфері зовнішньої політики, що безпосередньо впливає на аудиторію, а також внутрішню політику, від якої потерпають в міжнародних ЗМІ;
- 4) залучення інвестицій і закордонних підприємців, дослідників і студентів;
- 5) культурний обмін, культурний експорт і спорт;
- 6) привабливість політичних діячів, знаменитостей і спортивних зірок [30].

До об'єктів публічної дипломатії відносять культуру, цінності, а також внутрішню і зовнішню політику країни. При створенні сприятливих умов для просування їх за кордон, необхідно, щоб об'єкти були привабливі і прийнятні для зарубіжного суспільства. Інакше, спроби показати себе і відкритися для світової громадськості можуть не увінчатися успіхом.

Акторами публічної дипломатії є держави, дипломати, також і окремі особи, групи, інститути, які беруть участь в міжкультурному, міжкомунікаційному обміні, який впливає на міжнародні відносини в рамках відносин двох або більше держав. В даний час велику активність в обговоренні проблем міжнародних відносин приймають окремі громадяни, а також неурядові організації та транснаціональні корпорації.

Динамічно розвиваючим актором в публічній дипломатії, з яким співпрацюють держави, є неурядові організації. НВО (науково-виробниче об'єднання), як і ЗМІ, були в публічній дипломатії задовго до появи цього терміна, однак спочатку це були головним чином неурядові організації, що створюються і фінансуються державою. Спочатку вони працювали в сфері популяризації мови і культури, проте потім ця модель поширилася в такі політичні області, як демократизація, сприяння розвитку, охорона навколишнього середовища та багато інших. По мірі зростання впливу НВО у світовій політиці змінювалися і механізми їх взаємодії з державами в публічній дипломатії. Таким чином, спочатку неурядові організації були тільки свого роду агентами впливу держави, а сьогодні досить таки часто вони виступають представниками інтересів національної або міжнародної громадськості, формують широкі багатоакторні коаліції, і вже держави приєднуються до розпочатим НВО кампаніям, а не навпаки. Таким чином, в сучасному багатосторонньому рівному діалозі нової публічної дипломатії неурядові організації відіграють одну з ключових ролей, і є всі підстави вважати, що в подальшому їх значення буде тільки збільшуватися.

Існує така тенденція, що зараз, в епоху Інтернету будь-який актор може брати участь у глобальній комунікації, і це також впливає на публічну дипломатію. З урахуванням змін, що відбулися, в останні роки дослідники говорять про «нову публічну дипломатію», яка спрямована на залучення численних недержавних акторів і побудована на принципі взаємності. Вивчення механізмів співпраці з ними стає одним з ключових аспектів вивчення сучасного етапу розвитку публічної дипломатії.

До числа пріоритетів дипломатії відносять інформаційний супровід зовнішньополітичної діяльності, який є одним з важливих і необхідних елементів державної інформаційної політики. Такий супровід, в більшості випадків, включає в себе безперервну взаємодію органів зовнішніх зносин держави із засобами масової інформації, використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій для захисту інформаційних систем, формування у населення об'єктивної та позитивної оцінки діяльності держави на міжнародній арені, протидія хибним і провокаційним даним про діяльність держави, розміщеним в мережі Інтернет (включаючи соціальні мережі) і багато іншого.

Нова публічна дипломатія веде діалог, з громадянським суспільством з використанням новітніх інформаційно-комунікаційних технологій. Необхідність налагодження цих відносин доводить саме політичне життя, оскільки на сьогоднішній день громадяни стали активніше брати в ньому участь за допомогою соціальних мереж (Facebook) та інших передових комунікаційних технологій, наприклад, мікроблог Twitter. І для того, щоб не залишитися «за бортом» цих процесів, дипломатам необхідно своєчасно освоювати передові технології в області Інтернету і комунікацій, постійно використовуючи їх у своїй роботі. Перебуваючи в одному інформаційному полі з різними цільовими аудиторіями і спілкуючись з ними на доступній для них «мові», можна домогтися конструктивного діалогу, поліпшити іміджеву позицію країни і сприяти прийняттю економічних, політичних, освітніх, культурних та інших рішень в його інтересах [25].

Варто зазначити, що в умовах сучасного інформаційного суспільства і великого потоку інформації, дипломатичним працівникам слід бути залученими в комунікаційне інтернет-середовище, для поширення інформації, і в тому числі, щоб бути в курсі останніх настроїв в суспільстві.

Досить часто публічну дипломатію ототожнюють з такими поняттями, як пропаганда і брендинг держав. Більш того, огляд іноземної літератури в області сучасного брендингу території показує, що він розглядається разом з публічною дипломатією як інструменти міжнародної політики держав.

В якості базового визначення бренду території ми використовуємо визначення Т.В. Мещерякова та ін., що розглядають його як складну психосоціальну конструкцію, яка включає логотип (фізичне і символічне вираження бренду), а також його нематеріальні атрибути; імідж території, її цінності, асоціації споживачів, пов'язані з нею, їх емоції, спільне бачення напрямків використання територіального потенціалу, культуру та історичну спадщину території, глобальну відповідальність територіальної влади, імідж влади і т.п. [25].

Згідно Н.А. Цветкової, публічна дипломатія – це дії, спрямовані на будівництво довгострокових відносин, захист цілей національної зовнішньої політики і кращого розуміння цінностей і інститутів власної держави за кордоном. Публічна дипломатія просуває національні інтереси і забезпечує національну безпеку шляхом вивчення настроїв іноземної громадської думки, інформування її та впливу на тих, хто цю думку формує. Публічна дипломатія в основному націлена на масову аудиторію і виходить з того припущення, що громадська думка може мати значний вплив на свої уряди і на політичні системи. Будь-який вид публічної дипломатії спрямований на певну аудиторію, використовує відповідні цій аудиторії мову і образи. Саме це дозволяє їй досягти намічених політичних цілей [35].

Ідея публічної дипломатії полягає в тому, що з метою досягнення широкого спектра цілей, від економічних до військових, уряд повинен отримати підтримку у звичайних людей (як своїх громадян, так і іноземців). Якщо метою є переконати іноземну громадськість в тому, що економічний підйом Китаю не несе загрози для міжнародної системи, або переконати так звану «арабську вулицю» показати свої антизахідні переконання, то використовують як класичні інструменти, зокрема теле- і радіопередачі, і студентські обміни, так і можливості, які надаються новими соціальними медіаблогами і інтернет-комунікаціями (Twitter, Facebook, і т.д.).

Брендинг і публічна дипломатія тісно взаємопов'язані, оскільки публічна дипломатія може стати найсильнішим інструментом брендингу території. Думки людей про те чи інше місце, якими вони діляться в Інтернеті, серйозним чином впливають на формування іміджа місця.

Як вважає П. Родькін, імідж держави, виражений в візуальному фірмовому стилі, є одним з найважливіших елементів як внутрішньої стабільності, так і зовнішньої «ліквідності» держави в процесі міждержавних відносин і сфері транснаціональних структур. Візуальний державний стиль, на думку П. Родькіна, не є ординарною складовою ідентичності, але виступає одним з головних чинників суверенітету країни в умовах глобальних комунікацій [36].

Таким чином, маркетинг і брендинг територій стають такими ж необхідними складовими державної і територіальної політики, як і стратегії бізнесу будь-якого комерційного підприємства (корпорації). Маркетинг та брендинг території сьогодні є найважливішими складовими соціально-економічної, політичної та міжнародної політики органів державного і територіального управління. Формування спеціальних органів по управлінню національними іміджем і брендингом, зростання бюджетів для просування території на ринок глобальних продуктів зумовлюють необхідність і важливість розробки методів для економічної оцінки бренду і ефективності витрат на його формування.

З першої точки зору здається, що публічна дипломатія – це та ж сама пропаганда, яка використовується різними урядами щодо місцевих та іноземних жителів. Але сучасна публічна дипломатія виходить за рамки централізованого управління, вона залучає громадськість у відкриті дискусії з різних питань, які мають істотне значення для держави. На відміну від класичної дипломатії, що вирішує питання закрито на двосторонньому (або багатосторонньому) рівні, публічна дипломатія використовує неурядові та громадські організації, а також знаменитостей і звичайних людей в соціальних мережах для актуалізації певних тем, для формування порядку денного для соціуму [39].

Проведений в рамках методології аналіз особливостей функціонування суб'єктів інституту публічної дипломатії Е. Гідденса, дав можливість побачити вплив формальних і неформальних правил на процеси структуризації суб'єктного механізму дипломатичної діяльності, виділивши при цьому три базові лінії взаємодії:

Перша лінія: держава – держава – спрямована діяльність однієї держави на іншу державу. На цій лінії в основному здійснюються інтеракції класичної дипломатії з усіма її труднощами і характерними особливостями.

Друга лінія: держава – зарубіжні спільноти і індивіди – спрямованість держави на громадськість іншої держави. Саме тут знаходиться область застосування публічної дипломатії, що функціонує, як правило, за допомогою різного роду новинних агентств, які фінансуються за допомогою бюджетних каналів. Це можуть бути друковані ЗМІ, телебачення, радіо, Інтернет і т.д.. Їх мета сформувати сприятливий імідж державної політики і основоположних цінностей даної держави в очах закордонної публіки. Безумовно, важливу роль тут відіграють брифінги офіційного представника МЗС та інших профільних державних структур, а також будь-які конференції і дискусійні форуми, учасниками яких є офіційні уповноважені особи.

Третя лінія: неурядові організації – зарубіжні спільноти – громадські організації як елементи громадянського суспільства однієї країни контактують з громадськими організаціями як елементами громадянського суспільства іншої країни. Саме дана лінія зумовлює появу громадської дипломатії, тобто «що належить» суспільству. Варто відзначити, що роль держави тут не принижується, а, навпаки, набуває особливої значущості з огляду на необхідність координувати дії недержавних акторів відповідно до прийнятої концепції зовнішньополітичної діяльності. На даному рівні здійснюється найбільш інтенсивний обмін культурними досягненнями, відбувається знайомство з реальними практиками в повсякденному житті [25].

Вивчивши лінії взаємодії, можна прийти до висновку, що громадська дипломатія і публічна дипломатія, незважаючи на їх синонімічність, є схожими поняттями за принципом цілепокладання, проте різні за принципом здійснення і підбору акторів на дипломатичні практики. Їх основна відмінність – це суб'єкт дипломатичної діяльності, тобто: в публічній дипломатії – держава і державні структури, в громадській дипломатії – громадянське суспільство і його різні елементи.

Публічна дипломатія включає інструменти, орієнтовані як на довгостроковий, так і на короткостроковий горизонт цілепокладання. До короткострокових інструментів в значній мірі відносяться ЗМІ. Також Є.П. Панова зазначає, що «за тривалістю впливу цей інструмент явно поступається культурно-освітнім програмами і науково-політичному дискурсу, проте успішний для досягнення швидких результатів». Освітні ж програми, навпаки, спрямовані на реалізацію довгострокових завдань нарощування «м'якої сили» [25].

Багато дослідників звертають особливу увагу на те, що діяльність публічної дипломатії, по суті, спрямована на створення громадської думки в країні, що дозволяє в свою чергу політичним лідерам тієї чи іншої країни приймати рішення, які орієнтовані на підтримку головних завдань зовнішньої політики.

Сьогодні, майстерне здійснення публічної дипломатії, грамотне використання так званого гуманітарного ресурсу в усіх його проявах здатні дати державі набагато більше чим здавалося б, могли розраховувати за об'єктивними показниками своєї могутності. Це положення застосовується в тому числі і до забезпечення військово-політичної безпеки, і до підтримки клімату, сприятливого для економічного співробітництва [30].

Кваліфіковане звернення до засобів публічної дипломатії або, навпаки, нехтування ними в стані підкріпити або послабити наявні тенденції до інтеграційного зближення; згладити або загострити намічену конфронтацію; поліпшити або погіршити результат переговорів, що ведуться; пом'якшити витрати фінансової та економічної залежності або зробити їх тягар ще важче.

Інформаційно-комунікаційні процеси, які виникають між державою, громадянським суспільством і особистістю, сприяють формуванню в свідомості народу позитивного образу державної влади, її інститутів і лідерів, що в цілому сприяє не тільки розвитку масової політичної свідомості населення, а й підвищенню потенціалу керуючих функцій держави.

Нова публічна дипломатія (або ж по іншому її називають «Цифрова») – це спосіб комунікативного впливу на міжнародну ситуацію і зарубіжну аудиторію за допомогою нових технологій (блоги, спеціальні сайти: Facebook, Twitter, YouTube),



які просуваються в зарубіжних країнах. У сучасній світовій політиці цифрова дипломатія набуває все більшого значення у зв'язку зі зростанням кількості користувачів Всесвітньої мережі, перетворенням Інтернет простору в майданчик для активних політичних інтеракцій.

Таким чином, нова публічна дипломатія має місце, тоді коли держава вступає в контакт із закордонним суспільством за допомогою недержавних акторів, роблячи акцент на взаємодію з допомогою інформаційних технологій.

Відмінні риси традиційної публічної дипломатії та нової публічної дипломатії представлені в таблиці 1. [35].

Таблиця 1. Відмінності традиційної публічної дипломатії від нової публічної дипломатії на прикладі США

<b>Показник</b>	<b>Традиційна публічна дипломатія</b>	<b>Нова (цифрова) публічна дипломатія</b>
<b>Ціль</b>	Просування зовнішньополітичних інтересів США	Просування зовнішньополітичних інтересів США
<b>Форми реалізації</b>	Пропаганда, освітні і наукові обміни, програми в областях культури і науки	Супутникове і інтернет-телебачення, новини в реальному часі, блоги та форуми, мобільні телефони, електронні носії інформації
<b>Цільова зарубіжна аудиторія</b>	Еліта і лідери в своїх областях	Молодь і члени неурядових організацій
<b>Методи просування основної теми серед цільової аудиторії</b>	Просування основної теми тільки серед цільової аудиторії	Побудова партнерських і дружніх відносин з розширеною (масовою) аудиторією
<b>Основні механізми реалізації</b>	Від уряду і неурядових організацій США до зарубіжної аудиторії	Від неурядових організацій і уряду США до зарубіжних неурядових організацій і користувачам мережевих ресурсів
<b>Теоретична база</b>	Теорія пропаганди і політичної реклами	Теорія брендингу (ребрендингу) і «м'якої /розумної сили»
<b>Основні терміни</b>	Імідж США і боротьба	Національний бренд

	за демократію в конкретних країнах	США і глобальний демократичний порядок
--	---------------------------------------	-------------------------------------------

Таким чином, введення в обіг терміна «нова публічна дипломатія» відображає кардинальні зміни в характері і формах подачі зовнішньополітичної інформації з часів «Холодної війни».

Одна з найважливіших властивостей цифрової дипломатії – це здатність на пряму впливати на події і людей в зарубіжних країнах, минаючи медійні фільтри, а часто навіть перебуваючи за межами дії суверенного і міжнародного права. Це дозволяє встановлювати власні правила гри, серйозно змінювати інформаційну картину і задавати порядок денний.

Нова публічна дипломатія, що відповідає всім тенденціям сучасності, представляється одним з найбільш ефективних рішень для формування громадської думки, тим самим встановлення сприятливого міжнародного іміджу країни.

Необхідно виділити основні особливості нової публічної дипломатії:

- 1) здійснюється державами і недержавними суб'єктами;
- 2) заснована на концепції «м'якої сили», стратегічної публічної дипломатії, управлінні інформацією, брендингу держав і представленості в Інтернеті;
- 3) має на увазі, що будь-яку внутрішньополітичну дію необхідно планувати і здійснювати з урахуванням потенційної реакції зовнішньої аудиторії, і навпаки;
- 4) орієнтована на діалог із зарубіжною аудиторією, а не тільки на поширення інформації;
- 5) публічна дипломатія є не просто продовженням пропаганди, але все більше запозичує технології роботи з маркетингу, PR і мережевої комунікації.

Таким чином, публічна дипломатія в сучасному світі спрямована на формування позитивної репутації держави. Метою публічної дипломатії є не тільки трансляція позитивної інформації про націю, а й участь у здійсненні зовнішньополітичних рішень з урахуванням впливу на репутацію країни, яке вони нададуть. До методів публічної дипломатії слід віднести: надання грантів для освітніх і культурних обмінів, забезпечення участі на міжнародних ярмарках і

виставках за кордоном, надання можливості для обмінів книгами, газетами та урядовими публікаціями, сприяння заснуванню, розширенню, підтримки і роботі шкіл та інших освітніх інститутів за кордоном, а також заохочення досліджень в інших країнах, просування вивчення іноземних мов, забезпечення дотримання і гарантування свободи віросповідання за кордоном за допомогою обміну та візитів релігійних лідерів, вчених і фахівців. Інструментами публічної дипломатії є освітні програми, культурні обміни, засоби масової інформації, соціальні мережі, блоги і т.п. У сучасних реаліях Twitter є одним з багатьох таких інструментів, за допомогою якого держава може збільшити свою присутність і вплив в Інтернеті, а також надавати об'єктивну інформацію зарубіжній і вітчизняній аудиторії.

В умовах поширення грамотності, появи масових періодичних видань та формування виборного парламенту глави держав, міністри і дипломати усвідомлювали необхідність публічно виправдовувати свої дії в громадській думці. Сьогодні відкритість є вимушеною необхідністю для держави, що працює в інформаційному просторі на одному рівні з іншими джерелами інформації. Цифрова дипломатія покликана оперативно надавати адекватну інформацію, спростовувати неправдиву інформацію і підтверджувати інформацію з офіційних джерел.

## **РОЗДІЛ II. ПУБЛІЧНА ДИПЛОМАТІЯ У СУЧАСНІЙ ЗОВНІШНЬОПОЛІТИЧНІЙ ПРАКТИЦІ США ТА ПОЛЬЩІ**

### **2.1 Публічна дипломатія США та її особливості**

Протягом XX століття з'явилася безпрецедентно велика кількість нових «дипломатій» у формі засобів культурного, інформаційного чи іншого «м'якого» впливу одних держав світу на інші. Такі засоби включають широке поле політик, що отримали назви, зокрема, «публічної» та «культурної» дипломатій. Беручи до уваги зростаюче практичне застосування дій на міжнародній арені, що передбачаються цими поняттями, зростає і практична актуальність їх дослідження. Приклад США є дуже важливим у згаданому контексті, адже у другій половині XX ст. дипломатія цієї держави стала однією із найбільш інноваційних та динамічних, привносячи як нові поняття до теорії дипломатії, так і здійснюючи практичну діяльність за напрямками, які ще навіть не усвідомлювалися іншими державами.

Становлення і розвиток публічної дипломатії США, згідно дослідникам публічної дипломатії, починається з участі США в Першій світовій війні. Саме в ході війни США почали робити перші кроки по просуванню зовнішньополітичних концепцій США на Європейському континенті і світі в цілому. Багато дослідників виділяють кілька основних етапів по становленню і розвитку публічної дипломатії в США:

1. Перший етап (1914-1991 рр.) – епоха зародження, становлення та розвитку публічної дипломатії як зовнішньополітичного інструменту, спрямованого на боротьбу з конкуруючими ідеологіями, культурами і цінностями;

2. Другий етап (1992-2008 рр.) – епоха перетворення публічної дипломатії в інструмент для зміни політичної системи і здійснення «кольорових революцій» в зарубіжних країнах;

3. Третій етап (2009-теперішній час) – епоха зародження «цифрової дипломатії» і її використання в політичних цілях.

Досить відомий факт, що механізми м'якої сили визнаються досить ефективними у веденні зовнішньої політики. До цього дня лідируючі позиції в області застосування м'якої сили займає США. Америка тримає свою високу позицію за рахунок того, що вдалося скомбінувати методи культурної, публічної дипломатії та жорстких методів економічного або військового впливу.

Заслугує на увагу той факт, що в офіційних документах Білого дому досить рідко використовується поняття «м'яка сила». Проте її принципи відображені в Стратегії національної безпеки США 2010 р., яка, в тому числі, вказує на підтримку як урядових, так і неурядових інституцій та громадянського суспільства інших країн, а також поширення цінностей, притаманних американському суспільству і мають універсальний характер.

Вивчаючи завдання, пов'язані з американською публічною дипломатією, фахівці різних областей (міжнародних відносин і зовнішньої політики) фокусуються насамперед на політичних цілях і завданнях публічної дипломатії США. Основним об'єктом дослідження є американський уряд, який робить програми даного зовнішньополітичного інструменту взаємодії між державою та зарубіжною аудиторією. Публічна дипломатія є в ролі засобу залучення представників закордонного суспільства до американської політичної культури. Таким чином, американські теоретики сучасних міжнародних відносин висунули концепції «м'якої» і «розумної» сили.

Дана концепція була висунута Джозефом Наєм, професором Гарвардського університету, і до сих пір залишається досить актуальною гіпотезою для подання ролі і місця публічної дипломатії в інструментарії зовнішньої політики США. З його точки зору, «м'яка сила» має на увазі, що держава оперує такими інструментами, які здатні спонукати зарубіжну еліту, уряд і суспільство в цілому поважати, підтримувати і прищеплювати американські культурні цінності, політичну культуру та ін. [31].

«М'яка сила» досить широке поняття, яке включає в себе сукупність різних компонентів. Наприклад, в рамках підходу Дж. Макклорі виділяється сукупність

13ти компонентів, на основі яких розраховується індекс «м'якої сили» держав. Ці компоненти поділяються на 3 групи:

1) рівень глобальної чесності держави, до якої відносяться такі компоненти, як індекс верховенства права, свобод, електоральної участі, а також рівень викидів вуглекислого газу в атмосферу.

2) глобальна інтеграція, в яку входять наступні компоненти: імміграція, туризм, рівень володіння англійською мовою, рейтинг університетів.

3) імідж держави на глобальному просторі. До цієї групи належать такі компоненти, як медіа продукція, рівень поширення державної мови, проведення або участь в Олімпійських іграх, рейтинг впливових кампаній, а також рейтинг журналу «Time» [45].

Концепція «розумної сили» розглядається як теоретична основа публічної дипломатії США, яка увійшла в практику в кінці першого десятиліття нинішнього століття. Авторами цієї ідеї стали професор Дж. Най і колишній заступник держсекретаря в адміністрації Дж. Буша молодшого Річард Армітадж. Вона поєднує в собі відразу дві концепції: «м'якої сили» і «жорсткої сили». Жорстка сила має на увазі примус за допомогою військової, політичної та економічної могутності, а «м'яка сила», являє собою вплив без будь-якого роду тиску.

Дана концепція не може дати стовідсоткову гарантію незастосування військового або економічного тиску, але приділяє велику увагу створенню і зміцненню партнерських і союзницьких відносин між США та іншими країнами, або деякою частиною зарубіжної громадськості, таким чином, публічна дипломатія повинна нарощувати вже існуючі дружні союзи, а не просувати американський імідж в тих країнах, де це неможливо. Концепція «розумної сили» в публічній дипломатії розкриває в собі сенс підтримки бренду США в ролі лідера і іміджу США як країни, дії якої спрямовані тільки на забезпечення глобального блага. Примітно, що дана концепція не змінює тотально стратегію публічної дипломатії або зовнішню політику США в цілому. Але тим не менш, вона передбачає нові способи реалізації публічної дипломатії, серед яких мережеві контакти, форуми та інтернет-телебачення грають важливу роль [31].

Таким чином, важливо відзначити, що для продуктивної роботи інституту американської публічної дипломатії універсальне значення має використання двох концептуальних основ – «м'яка сила» і «розумна сила».

При вивченні публічної дипломатії США, слід визначити основні зовнішньополітичні завдання, які стоять перед нею:

- 1) підвищення іміджу країни в колі найбільш активної та впливової частини зарубіжного суспільства;
- 2) вплив на еліту зарубіжної аудиторії, перш за все на її ту частину, яка виносить рішення;
- 3) формування сприятливого економічного і інвестиційного клімату для США в зарубіжних країнах.

Публічна дипломатія не обмежується лише просуванням іміджу, навчанням певних професійних груп представників зарубіжної держави або здійсненням радіо- і телемовлення. Зараз ведеться активне використання і впровадження аналізу громадської думки або перевірка якості поширюваної інформації про США, більш того, проводяться короткострокові політичні кампанії, які спрямовані на просування конкретних політичних ідей, дій і т.д.

До одного з напрямків офіційної публічної дипломатії США можна віднести протидію збитку американського іміджу в мережі Інтернет, боротьба з екстремізмом, моніторинг соціальних мереж. Подібну діяльність США стали здійснювати ще з 2006 р., постійно розширюючи і удосконалюючи структури і використовувані методи.

Розглядаючи інформаційну політику США на просторі мережі Інтернет, варто відзначити, що цілий ряд офісів цифрової дипломатії займається виключно соціальними мережами і мережевими спільнотами. Наприклад, центр електронних комунікацій відповідає за підтримку декількох платформ соціальних мереж Державного департаменту, з метою ведення дискусій на формальному рівні, наприклад блог «DipNote», твіттер-канал «@StateDept» [46], а також офіційна сторінка Держдепу в «Facebook» [47]. Працівники даного сектора здійснюють підтримку Twitter-каналів на багатьох мовах світу.

Також в структурі публічної дипломатії США існує відділ політики, планування та ресурсів, який займається контролем за реалізацією завдань публічної дипломатії, здійснюваної через соцмережі, з метою запобігання витоку інформації. Подібні відділи створені і в ЦРУ, Пентагоні, а також Агентстві міжнародного співробітництва. Зокрема, в ЦРУ був створений відділ «Open Source Center», який здійснює щоденний аналіз і відстеження зарубіжних інтернет-видань газет і журналів і негайно відповідає на негативну інформацію про США. Свої «відповіді» відділ поширює через соцмережі і блогерів.

На сьогоднішній день варто відзначити, що переважна більшість Інтернет-сервісів, таких як: Google, YouTube, Wikipedia, Facebook, Twitter, належать американцям.

На даному історичному етапі, діє ряд програм, які фігурують в процесі застосування публічної дипломатії.

Існуючі програми можна скомплектувати на кілька груп:

1) аналітичні, що мають на увазі проведення опитувань громадської думки в зарубіжних країнах і такий новий напрям, як збір інформації про думку зарубіжної аудиторії про США. Опитування громадської думки активно проводились під час холодної війни, в результаті, виділялися категорії громадян, які негативно відгукувалися про США, внаслідок чого, на цих громадян прямував потік інформаційної пропаганди Сполучених Штатів. Новітнім напрямком в аналітичній діяльності є збір інформації з соціальних мереж і блогів в рамках розвитку цифрової дипломатії, яка уможливила залучення зарубіжної аудиторії в дискусії щодо спірних питань;

2) інформаційні (традиційні та цифрові) – інформування зарубіжної громадськості за допомогою ЗМІ, мережі Інтернет, мобільні телефони і т.д., в тому числі здійснення інформаційної підтримки зовнішньополітичної дії США. Спеціальні програми дипломатичного сигналізування, що проводяться за участю ЗМІ, є невід'ємною складовою інформаційних програм, до яких відносяться програми пропаганди, що застосовуються під час військових дій. Мережа Інтернет – одина з найдієвіших інструментів для впливу на найбільш діяльну частину



громадянського суспільства в зарубіжних країнах. Американський Уряд широко застосовує віртуальний простір, і програми публічної дипломатії, здійснювані за допомогою Інтернету, які отримали назву «цифрові програми публічної дипломатії»;

3) освітні:

а) обміни серед студентської спільноти;

б) цільове навчання таких професійних груп, як політики, лідери партій і некомерційних організацій, бізнесмени, лідери молоді та студенти;

в) програми військового навчання. Дії в цій сфері спрямовані на реформування і зміну освітньої системи інших зарубіжних країн шляхом академічних обмінів, цільового навчання фахівців, лідерів політичних партій;

4) програми в галузі культури, які передбачають виставки, обміни і конгреси творчої інтелігенції, видавнича діяльність і спілкування діаспор. Новітніми формами втілення публічної дипломатії стали програми зі збору інформації про те, що говорять в тій чи іншій країні про США, а також використання електронних технологій в інформаційних програмах. До традиційних програм відносять освітні та культурні обміни, а також здійснення пропаганди [35]. Бюджет даних програм фінансується через Державний департамент.

В Америці успішно здійснюється законодавча база функціонування федеральних урядових освітніх програм і благодійних фондів, а також цілком результативний механізм організації неурядових структур.

До головних законодавчих актів у цій сфері належать документи, які приймаються і видаються Конгресом. Перш за все, це Закон «Про асигнування та витрати на зарубіжну фінансову допомогу» («Foreign Operation, Export Financing, and Related Programs Appropriations Act»). Це документи, які Конгрес видає щороку. Вони регулюють розмір інвестицій в проекти за кордоном різної спрямованості. Огляд вищевказаних документів дає можливість виявити пріоритети зовнішньої політики США, що трансформуються. Отже, можна стверджувати, що розміри інвестиційних коштів безпосередньо залежать від ступеня політичної значущості країни у зовнішній політиці США. Крім цього, підвищення субсидування однієї з

сфер суспільного життя держави дає можливість робити висновки про високий ступінь зацікавленості в результаті того чи іншого процесу.

Непідробний інтерес викликає питання фінансування неурядових організацій, в обов'язки яких входить просування американських цінностей і захист національних інтересів держави. Головним органом, що займається формуванням статей витрат і відповідає за діяльність фінансованих неурядових організацій, є Агентство Сполучених Штатів з міжнародного розвитку. Важливо відзначити, що фінансова підтримка США відбувається з використанням двох головних каналів – непряме, через різні неурядові структури, фонди та організації, а також через національне інформаційне агентство.

Отже, головною рисою законодавчої бази США є, з одного боку, її гнучкість, яка полягає в тому, що законодавчі акти приймаються щорічно, а значить, є можливість оперативно реагувати на зміни, що відбуваються в світі. З іншого боку, США законодавчо включили в механізми своєї державної публічної дипломатії неурядові структури, створивши жорсткі умови по їх установі.

Традиційно публічна дипломатія сприймалася як презентація іноземної політики, цінностей та ідеалів держави, спрямована на іноземну аудиторію. Американський соціолог Мохан Дутте-Бергман (Mohan Dutte-Bergman) написав: «Найважливіше в традиційній публічній дипломатії – це мета: держава-розповсюджувач інформації впливає на державу-одержувача інформації, але при цьому сам розповсюджувач повинен бути закритий до відповідного впливу» [25].

На сьогоднішній день американський уряд активно використовує у своїй зовнішній політиці такі визначення публічної дипломатії, як «нова публічна дипломатія», «публічна дипломатія 2.0» або «цифрова дипломатія». Останній термін більш часто застосовується у зовнішньополітичному дискурсі США.

У сучасному світі цифрові технології в руках міжнародних акторів служать в якості просування іміджу однієї країни або дискредитування іншої, а також для впливу на суспільно-політичний настрій в цілому.

Цифрову дипломатію як помітне явище відносять до досягнень зовнішньої політики першого терміну президента США Барака Обами. Тоді стало очевидно, що

соцмережі дозволяють безпосередньо спілкуватися з необмеженим числом людей, незалежно від їхньої країни проживання. Все це вкладається в концепцію «м'якої сили», і навіть більше того, знаходить розвиток в ідеї «розумної сили», яка була підтримана держсекретарем Хілларі Клінтон. Ці напрямки з 2009 року стали важливою частиною програми зовнішньої політики США «Державне управління в XXI столітті».

Цифрова дипломатія дає можливість державним і недержавним акторам в стислі терміни озвучити свою позицію на численну зарубіжну аудиторію з незначними витратами, за короткий час отримувати зворотний зв'язок від громадськості і гнучко реагувати, змінюючи зміст своєї дипломатичної діяльності. Основними формами здійснення цифрової дипломатії є «твітпломатія», тобто ведення блогів і сторінок в соціальних мережах. Добре відомий факт, що на сьогоднішній день Сполучені Штати мають гідні ресурси для реалізації подібної діяльності, а саме: 700 урядових акаунтів на різних мовах світу. Більшість даних ресурсів розташовані в Facebook, Twitter і YouTube, що охоплюють багатомільйонну аудиторію по всьому світу. Також необхідно відзначити функціонування в США Команди по зовнішнім цифровим контактам (Digital Outreach Team), діяльність якої спрямована на протидію тероризму і просування американських цінностей по всьому світу. Основні мови діяльності DOT – арабська, фарсі і урду.

Соціальні мережі все частіше стають об'єктом поширення політичної інформації. Їх головна особливість в тому, що діалог є ключовою формою контакту з аудиторією і при цьому передбачена можливість майже миттєвого зворотного зв'язку.

Цифрова дипломатія приносить користь при роботі з аудиторією зарубіжних країн, проектуючи офіційну позицію держави в звичній для населення формі без зайвого церемоніалу. Вона демонструє суспільству можливість в простій і зрозумілій формі дізнатися всі важливі світові події і взяти участь у формуванні напрямку діяльності традиційної дипломатії. До елементів дипломатії Веб 2.0. відносяться різноманітні ресурси: Twitter (переріс в складову частину цифрової дипломатії у вигляді «твітпломатії» (Twiplomacy)) [48], ведення блогів і сторінок в

соціальних мережах. Портал «Цифрова дипломатія» Британського зовнішньополітичного відомства розкриває місію, цілі і завдання їх електронної дипломатії. На порталі проводяться консультації співробітників, що працюють з Інтернет-аудиторією: викладаються інструкції по використанню Twitter, Facebook і т.д.; даються поради по роботі з веб-сайтами та розміщення фото-, аудіо- і відеоматеріалів. Активна діяльність в медіасфері дозволяє співробітникам знаходити фахівців з унікальним досвідом, отримувати необхідні дані за короткий термін, ділитися новинами з колегами і зміцнювати позиції своєї держави через неформальне спілкування.

Тож не дивно, що в різних рейтингах США лідирують з великим відривом в питаннях цифровий дипломатії. У зв'язку зі зростаючою популярністю соціальних мереж, які сьогодні використовуються для комунікації влади з населенням, об'єктивно постає питання про необхідність введення деяких обмежень і встановленні відповідальності за розповсюджуваний контент. США і Великобританія мають розвинуте законодавство в цій сфері, яке чітко регламентує присутність держслужбовців в медіа-просторі.

Соціальні мережі на Заході використовуються як інструмент підвищення довіри, тому законодавство об'єктивно накладає на держслужбовців обмеження в розміщенні інформації. На офіційному рівні прийнято Етичний кодекс поведінки для чиновників виконавчої гілки влади. Незважаючи на те, що документ не зачіпає соцмережі безпосередньо, згідно з ним, поведінка держслужбовця в медіапросторі має повністю відповідати вимогам кодексу.

Таким чином, відбувається активне використання сучасних каналів зв'язку з боку дипломатичних структур з метою впливу на зарубіжну аудиторію. В першу чергу, до них відносять Інтернет, соціальні мережі, блоги – (що отримали назву «нових медіа»). Міністерства закордонних справ, посольства мають свої офіційні сторінки в Інтернеті, а президенти, міністри, високопоставлені чиновники заводять акаунти в соціальних мережах. Їхні коментарі на цих майданчиках нерідко носять більш особистий і менш згладжений характер, а також з'являються раніше, ніж офіційні заяви. Таким чином, ефект впливу на суспільство виходить рельєфніше. У

зв'язку з цим з'явився спеціальний термін, що позначає використання соціальних мереж в дипломатії, – «твітпломатія». Разом з цим, і традиційні ЗМІ, стали активно застосовувати в своїх репортажах особисті матеріали свідків подій (особливо їх фотографії і відеоматеріали), оскільки це користується великою довірою.

У США намічається тренд, коли президент використовує соціальні мережі і додатки на мобільних пристроях для інформування громадян про свою діяльність, в тому числі про зовнішню політику країни. Число підписників американського президента Д. Трампа на Facebook становить 25 млн, а в Twitter- 23 млн. Фотографії, відео та коментарі президента моментально викладаються в блогах і форумах, які залучають величезний інтерес з боку користувачів. Тим самим формується той імідж, який диктується самим Вашингтоном [49].

На сьогоднішній день, можна помітити тенденцію збільшення числа зовнішньополітичних завдань. У порівнянні з періодом «Холодної війни», коли програми були націлені тільки на забезпечення національної безпеки США. Національна безпека і економічне благополуччя Америки, захист інтересів американських громадян, просування ідеології правової держави, захист прав людини, гуманітарні та глобальні проблеми є основними зовнішньополітичними завданнями, для здійснення яких розробляються різні програми обмінів.

У США формальними інститутами, які займаються політикою м'якої сили, є Бюро у справах освіти та культури Державного департаменту США (програми з вивчення англійської мови, стипендії для громадян країн СНД, підвищення престижу американської вищої освіти, відділ цивільних обмінів, програма по захисту культурних надбань, поширення американських творів, мистецтв і т.п.); інформаційне агентство США, філантропічні та спонсорські організації. Також діє маса неформальних інститутів поширення м'якої сили: Голлівуд, ЗМІ, музика та інше.

В даний час дипломатична служба США володіє різного роду інструментарієм для здійснення акцій у напрямку публічної дипломатії. В першу чергу, до них відносять особисті зустрічі і комунікацію з різними представниками державних установ та громадськості, які дозволяють отримувати інформацію з першоджерела.

Наступною серйозною складовою є діяльність з пресою, що має на увазі участь в інтерв'ю, брифінгах, прес-конференції, які дозволяють донести до громадськості офіційну точку зору з певного питання, безпосередньо прояснити політику держави в конкретній галузі і дати відповіді на цікаві для публіки питання. Якщо розглядати друковану інформацію, то американські посольства в постійному режимі випускають прес-релізи, в яких відбувається інформування про цікаві та важливі заходи, які були організовані посольством, про візити і значні події, які мали місце в країні. Зарубіжні установи США отримують і розповсюджують з 1935 р. «Вашингтонський файл», який спочатку називався «Бездротовий файл». У «Вашингтонському файлі» друкуються повні тексти заяв офіційних осіб, стенограми пресконференцій і брифінгів, які пройшли в стінах Білого Дому, Державного департаменту та в інших державних установах США [50].

Що стосується підготовки контенту, то тут розвиток цифрової дипломатії підштовхнув американців до цікавих змін. Якщо спробувати привести приклад, то зараз Бюро міжнародних інформаційних програм і посольства працюють як великі медіа з регіональними підрозділами. Частина контенту створюється на місцях, частина – централізовано у Вашингтоні, для цього в 2014-му Держдепартамент запустив платформу ShareAmerica. Бюро міжнародних інформаційних програм розміщує на ShareAmerica матеріали, які присвячені різним темам, пов'язаним з Америкою і просуває американські цінності та інтереси. Назва платформи виправдана тим, що матеріали готуються в форматі, яким зручно ділитися в соціальних мережах.

Крім текстів Держдепартамент використовує відео-ролики, наприклад, для представлення нових послів або пов'язані з Америкою теми через ShareAmerica. Відео використовується для інтерактивного спілкування, коли користувачі можуть задати питання в режимі реального часу.

Ще один формат, який використовується в цифровій дипломатії США – це онлайн-курси. Держдепартамент і посольства своїми силами проводять курси англійської, а також дають посилання на масові онлайн-курси, що надаються американськими університетами на сайті Coursera.

Слід виділити три фактори, які вважаються ключовими для успішної цифровий дипломатії:

По-перше, ключовим є локальний рівень, оскільки діючи на місцях можна домогтися такого залучення, якого не вдасться домогтися, працюючи тільки з центру. Зокрема, важливо вести спілкування в інтернеті місцевою мовою.

По-друге, важливою є гнучкість і винахідливість, оскільки ландшафт в інтернеті змінюється стрімко.

По-третє, цифрова дипломатія – це двосторонній обмін, і вона буде успішна тоді, коли здійснюється у взаємодії з аудиторією, а не тільки для поширення інформації.

Можна стверджувати, що публічна дипломатія виносить на порядок денний найбільш злободенні глобальні проблеми людства, які необхідно вирішити. Але також необхідно підкреслити, що кожна країна сама визначає коло таких питань, перш за все, виходячи з цілей і завдань своєї зовнішньої політики. Сполучені Штати Америки, наприклад, в якості пріоритету своєї « нової публічної дипломатії » виділяють просування демократії і прав людини.

Таким чином, американська публічна дипломатія використовує велике коло інструментів, які дають можливість ефективно реалізовувати поставлені перед нею завдання, разом з цим в Сполучених Штатах створено цілий ряд державних і недержавних структур, які здійснюють заплановані заходи з публічної дипломатії.

Отже, американська публічна дипломатія є самостійний інструмент зовнішньої політики і включає в себе такі механізми впливу на зарубіжні суспільства, як інформаційні програми, освітні обміни, проекти в галузі культури і спорту, а також цифрову дипломатію. До основних зовнішньополітичних цілей американської публічної дипломатії відносять:

- 1) поліпшення іміджу США серед найбільш активних і впливових верств іноземного суспільства;
- 2) вплив на іноземну еліту і, зокрема, на її сегмент прийняття рішень;
- 3) створення сприятливого ділового та інвестиційного клімату для США в зарубіжних державах.

В останні роки публічна дипломатія Сполучених Штатів реалізовується з опорою на концепції «м'якої» і «розумної сили». А в їх основі лежить прагнення уряду США розширити число прихильників американських цінностей за кордоном і залучити міжнародну громадськість в політичний порядок денний, запропонований Вашингтоном.

Під публічною дипломатією, здійснюваної силами американської держави, чиновники американського Держдепартаменту мають на увазі іноземне мовлення, а також дипломатичні та консульські програми з публічної дипломатії, освітні та культурні обміни, програми допомоги Європі, Євразії та Центральній Азії, освітні та культурні обміни, фонди економічної допомоги, надзвичайні операції за кордоном.

США активно застосовує такий вид публічної дипломатії, як цифрова дипломатія:

По-перше, виявлено еволюцію використання електронної дипломатії у XXI ст. за адміністрацій Дж. Буша-молодшого, Б. Обама та Д. Трампа. Зокрема, відкриття у 2003 р. Офісу цифрової дипломатії при Держдепартаменті США за адміністрації Дж. Буша молодшого та широке використання твітплатії адміністрацією Д. Трампа.

По-друге, впровадження та використання так званих нових медіа як сфери діяльності цифрової дипломатії – використання соціальних мереж (Facebook, Twitter, YouTube), створення мікроблогів (DipNote та діяльність проекту діпплоедія, який наближує дипломатів до громадян держави перебування).

Використання нових медіа створює сприятливий мікроклімат для поширення зовнішньополітичних ініціатив США за кордоном завдяки віртуальному контакту з громадянами інших держав та донесення до них певного інформаційного контенту (використовуючи їх рідну мову, а не англійську), що безпосередньо пропагує американські цінності та національні інтереси у вигідному для Вашингтону ракурсі. Хоча такі методи не зовсім ліберальні та демократичні, але виправдовують концепцію «м'якої сили» у зовнішній політиці держави. Також потрібно зацентувати увагу на вагомості механізмів цифрової дипломатії зовнішній політиці США у сучасних реаліях, що підтверджено практичним її застосуванням



президентом США Д. Трампом через соціальну мережу Twitter. Виявлено, що деякі заяви президента у соціальні мережі можуть йти у розріз із задекларованим зовнішньополітичним курсом США, проте, крізь призму твітів президента можна прослідкувати еволюцію та стан двосторонніх відносин Америки з іншими державами.

## **2.2 Забезпечення зовнішньополітичних інтересів Республіки Польща інструментами публічної дипломатії**

Сучасне розуміння публічної дипломатії Польщі складається з набору стратегічних, координаційних, концептуальних і виконавчих заходів, мета яких вплинути на громадську думку за кордоном, тим самим, забезпечивши реалізацію і просування інтересів держави на міжнародній арені. Основною метою публічної дипломатії Польщі є формування позитивного іміджу, сприяння вдосконаленню, просуванню об'єктивного знання та розуміння країни, та її історії іноземною аудиторією. Разом з тим, публічна дипломатія Республіки Польща покликана стимулювати контакти та співпрацю з міжнародними партнерами та зміцнювати її престиж як держави-члена ЄС.

На сьогоднішній день функціонування механізму публічної дипломатії Республіки Польща забезпечується 160 дипломатичними представництвами та місіями держави за кордоном [51]. Їх координує спеціальний підрозділ МЗС Польщі – Департамент суспільної відповідальності і культурної дипломатії, створений в 2008 році [52]. На практиці, однак, цілі публічної дипломатії реалізують також інші організаційні підрозділи МЗС. Головну роль відіграють Прес-служба, Департамент економічного співробітництва і Рада промоції Польщі, засновані в 2004 році. Рада виступає в якості консультативного органу при прем'єр-міністрі, яка являє собою комітет експертів з різних міністерств, які співпрацюють в координації всієї діяльності, пов'язаної з просуванням за кордоном іміджу країни [55].

Публічна дипломатія Польщі спирається на так звані «Направлені промоції Польщі», документи, які визначають короткострокові та довгострокові цілі і

завдання по реалізації інтересів держави за кордоном через просування культурних цінностей, спорту, туризму, мови і т.д.. Досягнення цілей публічної дипломатії, здійснюється Міністерством закордонних справ в партнерстві з недержавними організаціями. Також МЗС Польщі щорічно проводить конкурс грантів на фінансування різних проектів, які спрямовані на розширення знань про країну та поліпшення її іміджу на міжнародній арені.

Ще одним інструментом публічної дипломатії Республіки Польща вступає мережа культурно-інформаційних центрів за кордоном. Вона налічує близько 24-х Польських Інститутів, розташованих по всьому світу і націлених на просування польської культури, поширення знань про державу, знайомство іноземної аудиторії з досягненнями польської історії і т.д. Інститутами організовуються різного роду проекти, спрямовані на захист і просування інтересів країни.

Серед інших засобів та інструментів реалізації цілей публічної дипломатії Республіки Польща можна виділити її діаспоральну політику. Також активно розвивається взаємодія зі ЗМІ, налагоджений інструмент навчальних візитів. Ще доречно згадати про Зовнішню службу польського радіо (PRESS), орієнтованого на зарубіжну аудиторію. У країнах з великою польською діаспорою налагоджена робота телевізійного каналу TVP Polonia. У 2009 р. був запущений перший польський рекламний портал, значним чином вдосконалений в 2014 р. [55]. Крім того, активно використовується механізм соціальних медіа, також налагоджено постійну присутність польського МЗС в інтернеті.

Розвиток Інтернету, значною мірою, вплинув на форму політичного спілкування на міжнародній арені. Протягом значно короткого часу дипломатичні служби світу почали широко використовувати такий інструмент зовнішньополітичної взаємодії, як соціальні медіа. Зовнішньополітична діяльність Республіки Польща останнім часом розширює діапазон механізмів та інструментів у своїй дипломатичній діяльності. Уряд почав приділяти значну увагу саме медіадипломатії, яка спирається на нові технології в міжнародній комунікації, вагому частину яких становлять соціальні мережі та сервіси мікроблогінгу. Завдяки широкому впровадженню нових механізмів, Польщі вдалося розширити та

збільшити свій вплив на громадську думку за кордоном з урахуванням національних інтересів. Популярність використання соціальних медіа дипломатами дозволила проаналізувати діяльність польської дипломатії у цій галузі по всьому світу. Слід зазначити, що Міністерство закордонних справ Республіки Польща всебічно розпочало роботу в соціальних мережах, зокрема були створені офіційні профілі Міністерства на YouTube [56], Flickr [57] та Twitter [58]. Також польські експерти міністерства закордонних справ та дипломати почали вести власні блоги [59]. Аналізуючи діяльність польських дипломатів в соціальних мережах, можна стверджувати, що дипломатична комунікація за допомогою нових медіа здійснюється на трьох рівнях – між дипломатами, серед дипломатів і ЗМІ та між дипломатами і користувачами соціальних мереж. У звіті польських дослідників Р. Яніка та А. Пітрудника [60] про використання сервісу мікроблогінгу Twitter зазначається, що більше половини активних користувачів посилаються на інших осіб у своїх твіттах. У 15% опублікованих записів використовуються хештеги, які позначають певну тематику, а в 13% опублікованих записів містяться посилання на веб-сайти. Автори звіту після закінчення дослідження виявили, що Twitter – це засіб найактивнішого спілкування між його користувачами. Відповідно до цього звіту виявлено, що найпопулярнішою сторінкою польської дипломатії є профіль колишнього Міністра закордонних справ Польщі Радослава Сікорського [61]. На цей профіль підписано більше одного мільйона користувачів. У доповіді зазначається, що твітти Радослава Сікорського в основному написані офіційним стилем, але є і приватні записи, пов'язані з сім'єю, друзями, знайомими. Іноді міністр публікує суперечливі твітти, наприклад, запис про можливі зміни в цінах на газ в Польщі, який був опублікований ще до оголошення офіційних результатів переговорів з цього питання. Сікорський є активним користувачем Twitter, зазначимо що, з моменту його реєстрації в профілі розміщено 30 тисяч твітів. Друге місце серед найбільших профілів польської дипломатії в сервісі мікроблогінгу «Twitter» посідає офіційний профіль Міністерства закордонних справ Польщі [62], який має 70 тисяч підписників. Також слід підкреслити високий рівень взаємозв'язку між сторінкою Міністерства закордонних справ та іншими сторінками польської дипломатії.

Сторінка Міністерства відстежує більш ніж 150 сторінок польських дипломатичних місій. Сторінка Міністерства є досить активною, з моменту реєстрації в профілі розміщено 32 000 твіттів. На цій сторінці регулярно публікують свої власні дописи. Крім того, вона пересилає вибрані записи зі сторінок польських дипломатичних місій, що значно впливає на їх поширення. Інформація, що публікується, написана офіційним стилем. Двадцять п'ять польських посольств, розташованих у країнах ЄС, мають офіційний обліковий запис у мікроблозі Twitter. Переглядаючи інформацію, опубліковану через офіційні облікові записи посольств, можна виділити дві основні групи профілів. Перша група – профілі польських посольств в Австрії, Болгарії, Чехії, Естонії, Франції, Нідерландах, Литві, Німеччині, Португалії, Румунії, Швеції та Великобританії, характеризується публікацією великої кількості твіттів і активно продовжує це робити. Друга група досить рідко, публікує твітти. До неї входять профілі польських посольств у Бельгії, Кіпрі, Данії, Фінляндії, Греції, Іспанії, Ірландії, Люксембурзі, Латвії, Словаччині, Словенії, Угорщині та Італії. Найбільш активним профілем є профіль посольства Польщі у Великобританії [63]. Аналіз твіттів, опублікованих ним, показує, що їх вміст не має конкретної тематики. Вони інформують про широке коло питань: від питань оборони до культурних подій у Великобританії, Польщі та у світі. Посольство Польщі у Великій Британії має велику кількість інформації, яка надсилається з інших профілів, особливо з Міністерства закордонних справ та від прем'єр-міністра [64]. У профілі є невелика кількість унікального та мультимедійного вмісту, наприклад фотографії, відеоролики, посилання на зовнішні веб сайти. Але записи авторів майже не видно через велику кількість твіттів, надісланих іншими авторами. Адміністрація облікового запису вибірково відповідає на обговорення. Мова, яка використовується в твітах, в основному офіційна та інформативна. Розважальні за змістом твітти здебільшого відправлені з інших сторінок. Також серед сторінок польської дипломатії існують облікові записи, які публікують низьку кількість твіттів, але мають відносно велику кількість підписників. При цьому значна кількість повідомлень пересилається з інших облікових записів. Велика частина інформації, яка відображається на цих сторінках, прямо чи опосередковано стосується питань,

пов'язаних із державою, в якій знаходиться посольство. На даних сторінках кількість унікального та мультимедійного вмісту є низькою, а взаємодія з іншими користувачами є рідкістю. Всі ці дані свідчать про те, що Міністерство закордонних справ Польщі приділяє значну увагу Twitter, як важливому інструменту реалізації зовнішньої політики. Щодо використання соціальної мережі Facebook, то варто відзначити дві офіційні сторінки, пов'язані з Міністерством закордонних справ Польщі, які мають найбільшу кількість підписників. Перша – це профіль колишнього Міністра закордонних справ Радослава Сікорського [67], який має понад 90 тисяч підписників. Його профіль був заснований 4 червня 2011 року та слугує здебільшого для публікування інформації, ніж для її обговорення. Коментарі, опубліковані користувачами під записами, не отримують відповіді. Другий профіль з великою кількістю підписників – це візитна сторінка порталу «Poland.gov.pl» [68], який є офіційним веб-сайтом, що рекламує Польщу, під управлінням Міністерства закордонних справ. Дана сторінка має приблизно 70 тисяч підписників, була заснована 12 травня 2010 року, адміністрація профілю вибірково відповідає на запитання підписників. Звертаючись до аналізу офіційних профілів польських посольств у країнах ЄС, слід звернути увагу на те, що на відміну від Twitter, лише деякі з них мають облікові записи в соціальній мережі Facebook. Серед двадцяти п'яти польських посольств в ЄС мають офіційні сторінки на Facebook лише 12. Серед них активними є лише дев'ять сторінок: посольство Польщі в Австрії, Нідерандах, Естонії, Ірландії, Литві, Словаччині, Угорщині, Великобританії та Італії. Решта сторінок не досить часто публікують записи, до них відносяться сторінки польського посольства в Словенії, Данії та Фінляндії. На сьогодні найбільшу кількість підписників серед усіх сторінок польських посольств має сторінка посольства у Великобританії та в Словаччині. На відміну від сторінок польських посольств в Twitter, які здебільшого були створені в 2012 році, облікові сторінки в соціальній мережі Facebook були створені в різний час. Серед аудиторії підписників найбільшу групу становлять люди у віці від 25 до 34 років, а країна їх проживання збігається з країною, в якій розташоване посольство. Записи, опубліковані на офіційних сторінках польських посольств в соціальній мережі

Facebook, зазвичай не отримують багато відгуків. Спосіб керування профілями не відображає системності, особливо в контексті регулярності публікацій записів. Більшість профілів містять записи з інформацією, яка рекламує польську культуру, історію та деякі події. Посольства також публікують записи про свою діяльність. Деякі записи публікуються одразу декількома мовами. Деякі посольства намагаються активно взаємодіяти з аудиторією підписників, наприклад, завдяки цікавим та інколи гумористичним повідомленням. Прикладом цього є посольство Польщі в Словаччині, яке оголосило конкурс, що включає в себе публікації фотографій підписниками про поїздки в сусідню країну: поляки повинні були публікувати фотографії з поїздки до Словаччини, а словаки, фотографії з поїздок до Польщі. Отже, варто наголосити на важливому значенні соціальної мережі Facebook у сучасній дипломатичній діяльності Польщі. Що стосується інших соціальних мереж, то слідвідзначити, що ні одне польське посольство в країнах ЄС не має спеціального облікового запису на веб-сайті Flickr, який використовується для обміну та збору цікавими фотографіями. Всі фотографії, які МЗС хоче опублікувати в даній соціальній мережі, розміщуються на офіційній сторінці Міністерства закордонних справ [69].

Сторінки на сервісі YouTube, який дозволяє публікувати і дивитися відео-матеріали та вести прямі трансляції, мають 40 посольств Польщі. Ці облікові записи створені здебільшого в 2011 році та мають, на сьогодні, в середньому по 70 підписників [70]. На каналах здебільшого присутні відео-матеріали з польських засобів масової інформації щодо певних міжнародних питань. Можливості коментувати та оцінювати відеоролики на більшості каналів немає. Міністерство закордонних справ має один головний обліковий запис на сервісі YouTube [71], який був заснований 2 квітня 2009 року. Кількість підписників на ньому налічує понад 4 тисячі осіб, а кількість матеріалів нараховує 333 відеоролика. Ці матеріали були переглянуті майже 2 мільйони разів. На відміну від більшості сторінок польських посольств, на даній сторінці є можливість оцінювати та коментувати відеоролики. Останнім типом соціальних мереж, які використовуються польською дипломатією являються блоги. Даним видом соціальних мереж здебільшого користуються послы.

Наприклад, посол Польщі у Великобританії - Вітольд Собков [72]. Він розміщує в блозі власні думки з приводу різних міжнародних питань. Здебільшого в подібних блогах існує приписка, що «в блозі представлені лише власні погляди та особисті думки автора, а не позиція МЗС».

Таким чином, на сьогоднішній день саме просування і формування іміджу держави, вплив на громадську думку є найбільш важливими інструментами підходу до використання м'якої сили Польщі. З моменту вступу держави до ЄС у 2004 році та створення Департаменту громадської і культурної дипломатії, налагодження постійної присутності польського МЗС в Інтернеті, публічна дипломатія отримала більше уваги і стала одним з важливих інструментів забезпечення інтересів держави за кордоном, шляхом координації культурної дипломатії і міжнародного брендингу, пов'язаних з економічною дипломатією.

## **РОЗДІЛ III. СУЧАСНІ МЕХАНІЗМИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПОЛЬСЬКОЇ ПУБЛІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ**

### **3.1 Порівняльний аналіз публічної дипломатії Республіки Польща та США**

Виходячи з вище дослідженого матеріалу можна сказати, що публічна дипломатія США, як одна з форм «м'якої сили» пройшла довгий шлях розвитку і співвідношення «жорсткої» та «м'якої» сили у реалізації зовнішньої політики держави з роками змінювалися. Сьогодні, публічна дипломатія Сполучених Штатів набула сучасної форми: чітких комунікаційних повідомлень, зосередженості навколо невеликої кількості ефективних напрямків, використання найбільш широкого інструментарію і якісної підготовки фахівців у даній сфері. Крім того, публічна дипломатія цієї держави втратила характер короткотерміновості і сфокусувалася на розвиткові стосунків з іншими країнами. Також американський уряд широко застосовує віртуальний простір, і програми публічної дипломатії, здійснювані за допомогою Інтернету, що отримали назву «цифрові програми публічної дипломатії». Сьогодні публічна дипломатія США є передовою в усьому світі.

Зовнішньополітична діяльність Польщі продовжує розширювати діапазон інструментів та механізмів у своїй дипломатичній діяльності. Уряд почав приділяти значну увагу саме медіадипломатії, яка спирається на нові технології в міжнародній комунікації, вагому частину яких становлять соціальні мережі та сервіси мікроблогінгу. Завдяки широкому впровадженню нових механізмів, Польщі вдалося розширити та збільшити свій вплив на громадську думку за кордоном з урахуванням своїх національних інтересів.

Тому доцільно було провести порівняльний аналіз публічної дипломатії США та Республіки Польща. Для дослідження було взято такі критерії: основна ціль публічної дипломатії держави, структура, форми реалізації, основні механізми реалізації, інструменти, присутність цифрової дипломатії, цільова зарубіжна



аудиторія, методи просування основної теми серед цільової аудиторії, фонди та міжнародні програми, основні терміни.

<b>Критерій</b>	<b>Публічна дипломатія США</b>	<b>Публічна дипломатія Республіки Польща</b>
<b>Основна ціль публічної дипломатії</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Підвищення іміджу країни в колі найбільш активної та впливової частини зарубіжного суспільства.</li> <li>-Вплив на еліту зарубіжної аудиторії, перш за все на її ту частину, яка виносить рішення.</li> <li>-Формування сприятливого економічного і інвестиційного клімату для США в зарубіжних країнах.</li> <li>-Аналіз якості поширюваної інформації про США.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Формування позитивного іміджу, сприяння вдосконаленню і просуванню об'єктивного знання і розуміння країни, її історії іноземною громадськістю.</li> <li>-Публічна дипломатія Республіки Польща покликана стимулювати контакти та співпрацю з міжнародними партнерами, а також зміцнювати її престиж як держави-члена ЄС.</li> </ul>
<b>Ким забезпечується функціонування механізму публічної дипломатії (Структура ПД)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Урядові і неурядові відомства, які формують і реалізують програми публічної дипломатії в зарубіжних країнах.</li> <li>-Відділи в Держдепартаменті з освіти та культури, з інформаційних програм і з вивчення зарубіжної блогосфери.</li> <li>-Агентство з міжнародного розвитку і Рада керуючих мовленням.</li> <li>-Цілий ряд офісів цифровий дипломатії займається виключно</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Забезпечується 160 дипломатичними представництвами та місіями держави за кордоном.</li> <li>-Їх координує Департамент суспільної відповідальності і культурної дипломатії.</li> <li>-Особливу роль відіграють Прес-служба, Департамент економічного співробітництва і Рада промоції Польщі.</li> <li>-Досягнення цілей публічної дипломатії, між тим, здійснюється Міністерством</li> </ul>

	<p>соціальними мережами і мережевими спільнотами.</p> <p>-Відділи з публічної дипломатії та Агентство зі співпраці в галузі оборони і безпеки міністерства оборони.</p> <p>-Президент, Рада національної безпеки і Конгрес США.</p>	<p>закордонних справ в партнерстві з недержавними організаціями.</p>
<b>Форми реалізації публічної дипломатії</b>	<p>Пропаганда, освітні і наукові обміни, програми в областях культури і науки, супутникове і інтернет-телебачення, новини в реальному часі, блоги та форуми, мобільні телефони, електронні носії інформації.</p>	<p>Пропаганда, освітні і наукові обміни, програми в областях культури і науки, супутникове і інтернет-телебачення, новини в реальному часі, блоги та форуми, мобільні телефони, електронні носії інформації.</p>
<b>Основні механізми реалізації публічної дипломатії</b>	<p>Від неурядових організацій і уряду США до зарубіжних неурядових організацій і користувачам мережеских ресурсів, радіослухачів, телеглядачів.</p>	<p>Від неурядових організацій і уряду РП до зарубіжних неурядових організацій, користувачам мережеских ресурсів, радіослухачів, телеглядачів.</p>
<b>Інструменти публічної дипломатії</b>	<p>-Проведення опитувань громадської думки в зарубіжних країнах, збір інформації про думку зарубіжної аудиторії про США.</p> <p>-Інформування зарубіжної громадськості за допомогою ЗМІ, мережі Інтернет, мобільних телефонів і т.д., в тому числі здійснення інформаційної</p>	<p>-МЗС Польщі щорічно проводить конкурс грантів на фінансування різного роду проектів, які спрямовані на розширення знань про країну та поліпшення її іміджу за кордоном.</p> <p>-Мережа культурно-інформаційних центрів за кордоном. Вона налічує близько 24-х Польських Інститутів,</p>

	<p>підтримки зовнішньополітичної дії США.</p> <p>-Дії в освітній сфері спрямовані на реформування і зміну освітньої системи інших зарубіжних країн шляхом академічних обмінів, цільового навчання фахівців, політики, лідери партій.</p> <p>-Програми в галузі культури, які передбачають виставки, обміни і конгреси творчої інтелігенції, видавнича діяльність і спілкування діаспор.</p>	<p>розташованих по всьому світу.</p> <p>-Діаспоральна політика, постійний моніторинг громадської думки; активно розвивається взаємодія зі ЗМІ, налагоджений інструмент навчальних візитів.</p> <p>-Налагоджено постійну присутність польського МЗС в інтернеті.</p>
<b>Присутність цифрової дипломатії</b>	<p>США є започатківцем цифрової дипломатії. Американський Уряд широко застосовує віртуальний простір, і програми публічної дипломатії, здійснювані за допомогою Інтернету, які отримали назву «цифрові програми публічної дипломатії». Постійна інтернет присутність МЗС, дипломатів, політиків, президента на Facebook, Twitter, YouTube.</p>	<p>Міністерство закордонних справ Республіки Польща всебічно розпочало роботу в соціальних мережах, зокрема були створені офіційні профілі Міністерства на YouTube, Flickr та Twitter. Також польські дипломати та експерти міністерства закордонних справ почали вести власні блоги. Ступінь використання соціальних мереж польською дипломатичною службою є досить великим.</p>
<b>Цільова зарубіжна аудиторія</b>	<p>Уряди держав, політики, лідери партій, члени неурядових організацій інтернет</p>	<p>Еліта і лідери в своїх областях, інтернет користувачі, радіослухачі,</p>

	користувачі, радіослухачі, телеглядачі, молодь, культурні діячі.	телеглядачі, члени неурядових організацій.
<b>Методи просування основної теми серед цільової аудиторії</b>	Просування основної теми серед цільової аудиторії. Побудова партнерських і дружніх відносин з зарубіжною аудиторією аудиторією.	Побудова партнерських і дружніх відносин з розширеною іноземною аудиторією і максимальна відкритість перед національною аудиторією.
<b>Фонди та міжнародні програми</b>	<p>-CEC ArtsLink Підтримує обмін художниками і культурними організаціями між США і пострадянськими країнами, а також Єгиптом, Ізраїлем, Ліваном, Палестиною та Сирією.</p> <p>-Institute of International Education-IEE. Програма надає гранти людям творчих професій, життя яких знаходиться в небезпеці в їх рідній країні. Програма також переводить учасників до приймаючих університетів, або художніх центрів, де вони можуть продовжувати свою роботу.</p> <p>-Bunnell Street Arts Center. Шукає художні проекти, що демонструють об'єднання суспільства через мистецтво:</p>	<p>-Visegrad International Fund. Місія фонду - розвиток і зміцнення співробітництва між країнами Вишеградської четвірки - Чеською Республікою, Угорщиною, Польщею та Словаччиною. Фонд надає фінансування для культурних, наукових, дослідницьких і освітніх проєктів, сприяє молодіжним обмінам, розвитку туризму і трансграничного співробітництва. Більшість одержувачів грантів - неурядові організації, муніципалітети, університети, школи. Фонд також надає індивідуальні стипендії для діячів культури. В програму можуть бути включені асоційовані країни.</p>

	<p>поезію, нові медіа, музику, танець, живопис, театр, інсталяцію, літературу або скульптуру.</p> <p>-Headlands Centre for the Arts. Заявки на програму можуть подавати художники на будь-якій стадії розвитку своєї кар'єри, що працюють в різних сферах - від живопису і фотографії, до літератури і міждисциплінарних видів мистецтва.</p> <p>-The Rabbit Island Residency. Програма працює як для індивідуальних заявників, так і для невеликих груп (2-3 людини) по всьому світу. Резиденція відкрита для представників візуального мистецтва, а також письменників, архітекторів, дизайнерів, музикантів, кінематографістів і хореографів.</p>	
<b>Основні терміни</b>	Національний бренд США і глобальний демократичний порядок.	Вплив на громадську думку за кордоном, забезпечення реалізації і просування інтересів держави на міжнародній арені, відкритість перед громадянами країни.

Отже, можна сказати, що основною ціллю публічної дипломатії в обох державах є посилення позитивного іміджу закордоном, стимулювання контактів та співпраці з міжнародними партнерами, вдосконалення знання і розуміння країни, її історії іноземною громадськістю. Але в США зараз ведеться ще й активне використання і впровадження аналізу громадської думки, або перевірка якості поширюваної інформації про державу, більш того, проводяться короткострокові політичні кампанії, які спрямовані на просування конкретних політичних ідей, дій і т.д.. У США існує кілька програм, таких як «Culture Connect» та «Citizen Diplomats», головну роль в яких відіграють американські громадяни. У програмі «Culture Connect», який є ключовою ініціативою культурної дипломатії США, найбільш видатні американські письменники, художники, спортсмени, діячі культури вважаються «культурними послами» держави, представляють її на міжнародній арені та працюють переважно з молоддю, яка не належить до місцевої еліти. У програмі «Citizen Diplomats» кожен пересічний американець має можливість поділитись досвідом з жителями інших країн. Щорічно близько 900 представників США виступають в інших державах по запрошенню Посольств Сполучених Штатів. Державний департамент США також наголошує на важливості співпраці з приватним сектором. У Держдепі навіть створено Офіс співпраці з приватним сектором, метою якого є розвиток співробітництва з комерційними організаціями, університетами та фондами з питань сфери публічної дипломатії. Американські корпорації та інші організації приватного сектору виконують подвійну роль доброго корпоративного громадянина й публічного дипломата. Обсяги приватної американської благодійної допомоги для країн, які розвиваються, щорічно перевищує 750 млрд. дол. США (підтримка від фондів, корпорацій, приватних організацій та окремих осіб). Це у 3,5 рази перевищує допомогу державну. Просування позитивного образу США у світі є побічним ефектом соціальних ініціатив американських компаній та конкретною метою їх діяльності. Так, організація «Бізнес за дипломатичні кроки», заснована з метою викорінення анти-американізму, який шкодить бізнесу, здійснює ряд ініціатив у таких напрямках:

- зміна негативного ставлення до США;

- привернення уваги до гарних якостей Сполучених Штатів та їх внеску у розвиток світу;
- побудова співпраці з бізнес лідерами передових країн світу;
- сприяння публічній дипломатії країни у якості посередника між приватними секторами США та інших країн.

Щодо забезпечення функціонування механізму, то Польща має гарну структуру публічної дипломатії, але не таку розвинену як в США. В Штатах існує великий ряд відомств, відділів, офісів і т.п., то ж Польщі потрібно стрімко розвивати свою структуру в різних сферах публічної дипломатії.

Що стосується форм реалізації, основних механізмів реалізації, інструментів, присутності цифрової дипломатії, цільової зарубіжної аудиторії, методів просування основної теми серед цільової аудиторії та основних термінів, то великої різниці в цих критеріях немає, а от щодо фондів та міжнародних програм, США лишається лідером. Програми обміну вважаються чи найбільш ефективним інструментом публічної дипломатії США. Такі програми зосереджені на найбільш впливових колах інших держав, релігійних лідерах, вчителів, журналістах, молоді та жінках. Державний департамент США сприяє організації навчання іноземних студентів у США через найвідоміші програми обміну, а також пропонує стипендії на вивчення мов регіону Середнього Сходу протягом літа для студентів з США. Велику увагу держава почала приділяти розвитку партнерства з освітніми й науковими організаціями, бізнесом, неурядовим сектором. Наприклад, Державний департамент спільно з журналом «Fortune» заснував програму стажування «Women Entrepreneurship Internship», у рамках якої жінки, які являються бізнес лідерами з багатьох країн світу мали можливість брати участь у 3-х тижневому стажуванні й працювати зі старшими менеджерами компаній, які входять до списку «Fortune 500».

Партнерство саме з неурядовими організаціями, фундаціями, школами журналістики й бізнесом спрямоване на демонстрацію світові того, як багато робиться Сполученими Штатами Америки. Цей напрям Державний департамент часто називає «дипломатією вчинків» й активно співпрацює з Американською

Агенцією USAID з метою більш ефективного просування ініціатив США в гуманітарній сфері. Американські установи співпрацюють з близько 1500 організаціями громадського і приватного сектору по всьому світу. Однією з форм співпраці є фінансування вивчення англійської мови, під час якого студентам доноситься позитивна інформація про США.

Можна зробити висновок, що США хоч і являється родоначальницею публічної дипломатії і є незмінною передовою державою в цій сфері, Республіка Польща стрімкими кроками набирає оборотів в сфері публічної дипломатії, а особливо в цифровій дипломатії. Використання інструментів цифрової дипломатії для підтримки та просування національних інтересів виступає одним з пріоритетів дипломатичної роботи Республіки Польща, яка протягом останніх років є одним з лідерів у сфері розвитку цифрової грамотності та створення інформаційних ресурсів і онлайн послуг, що дозволяє ефективніше комунікувати з зовнішньою та внутрішньою аудиторіями. Варто відзначити, що на початку 2018 року Республіка Польща посіла 12-е місце у міжнародному огляді цифрової дипломатії (Digital Diplomacy Review, 2017), що стало проривом у порівнянні з 30-м місцем, зайнятим у 2016 році. Цей рейтинг демонструє спроможність органів державного управління впоратися з викликами, які виникають у сучасних міжнародних відносинах у зв'язку з використанням інноваційних технологій. Він був підготовлений неурядовою організацією Diplomacy. Live, використовуючи методику, розроблену на основі 166 критеріїв. Додамо, що у рейтингу 2018 року лідерами також стали США 1-е місце, Велика Британія 2-е місце і Франція 3-е місце. Для порівняння, Німеччина посіла 6 місце, а Індія перед Польщею 11-те. Але є ще багато сторін для вдосконалення публічної дипломатії Республіки Польща і авторитетний досвід США є яскравим прикладом для ефективних інструментів їх розвитку.



### **3.2 SWOT аналіз культурної дипломатії Республіки Польща як одного з інструментів публічної дипломатії**

Культурна дипломатія більш ніж коли-небудь стає полем боротьби за уми, серця і гаманці людей по всьому світу. В епоху конфліктів і нестабільності роль культури як інструменту «м'якої сили» неможливо переоцінити. Це важливий ресурс дипломатії, який використовується для просування інтересів держави, для поліпшення взаєморозуміння між елітами і народами. Перед Польщею стоїть завдання знайти нові культурні образи і символи і актуалізувати старі для створення гідного іміджу країни і залучення зарубіжної аудиторії, як це роблять США, Франція, Італія та інші.

Для характеристики поточного стану, виявлення можливостей країни в цій сфері, а також констатування слабких сторін та можливих загроз культурної дипломатичної діяльності Польщі був проведений SWOT-аналіз.

Перед початком SWOT-аналізу основну увагу було зосереджено на ймовірних загрозах і можливостях. Після цього виявлено, які загрози є найбільш імовірними та які ризики вони здатні спричинити. Саме вони потребують найбільшої уваги і концентрації зусиль у сфері публічної дипломатії Республіки Польща з метою їх усунення.

Сильні сторони впливають як результат розвитку культурної дипломатії в Польщі. Слабкі сторони пов'язані з повільними темпами долучення країни до новітніх технологій. Загрози виникають через ігнорування можливостей забезпечення Польщею позитивного іміджу в світі. Можливості – це тенденції, які при правильній відповідній реакції, дадуть змогу Польщі досягти поставлених стратегічних цілей в зовнішньому середовищі.

<b>Сильні сторони</b>	<b>Слабкі сторони</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Країна багатой культурної спадщини та історії;</li> <li>-Має добре розвинену та порівняно бюджетну систему освіти;</li> <li>-Активно створює та поширює вже існуючі багатомовні сайти та сторінки в соц мережах з освяченням культури країни.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Низький рівень державного фінансування культури;</li> <li>-Порівняно низький рівень привабливості туристичного напрямлення;</li> <li>-Відсутність чіткої довгострокової стратегії розвитку «м'якої сили» і культурної дипломатії на державному рівні.</li> </ul>
<b>Можливості</b>	<b>Загрози</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Можливість стати не тільки регіональним, а й одним з світових лідерів в області «м'якої сили» і культурної дипломатії;</li> <li>-Посилення представлення Польщі як держави успіху, яка любить свободу, надання підтримки діаспорі та модернізацію й інституціональну розбудову дипломатичної служби;</li> <li>-Популяризація польського наукового і культурного життя, презентація найцікавіших і найрізноманітніших подій та явищ за допомогою залучення блогерів.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Недостатня оцінка державою багатого культурного потенціалу країни;</li> <li>-Міграція експертів, що досконало володіють мовою, знають специфіку країни перебування і мають налагоджені контакти в місцевих культурних середовищах;</li> <li>-Необізнаність державних службовців зрілого віку у використанні цифрових технологій.</li> </ul>

Матриця 1. Використання можливостей для усунення загроз

Загрози	Можливості			
		Можливість стати не тільки регіональним, а й одним з світових лідерів в області «м'якої сили» і культурної дипломатії	Посилення представлення Польщі як держави успіху, яка любить свободу, надання підтримки діаспорі та модернізацію й інституціональну розбудову дипломатичної служби	Популяризація польського наукового і культурного життя, презентація найцікавіших і найрізноманітніших подій та явищ за допомогою залучення блогерів.
	Недостатня оцінка державою багатого культурного потенціалу країни	Мотивація уряду до досягнення лідируючих позицій світу	Переконання уряду в тому, що Польща-держава успіху	Демонстрація уряду яскравої культурної сфери Польщі
	Міграція експертів, що досконало володіють мовою, знають специфіку країни перебування і мають налагоджені контакти в місцевих культурних середовищах	Приумноження звернень до експертів	Зацікавлення експертів модернізованою програмою	Надання експертам додаткової гарнооплачуваної роботи
	Необізнаність державних службовців зрілого віку у використанні цифрових технологій.	Встановлення однією з обов'язкових умов до державних службовців обізнанність у використанні цифрових технологій	Створення відділу який навчатиме державних службовців зрілого віку використанню цифрових технологій	Розвиток блогерства серед державних службовців зрілого віку, який преверне більшу увагу

Матриця 2. Використання сильних сторін для нейтралізації загроз

Сильні сторони	Загрози			
		Недостатня оцінка державою багатого культурного потенціалу країни	Міграція експертів, що досконало володіють мовою, знають специфіку країни перебування і мають налагоджені контакти в місцевих культурних середовищах	Необізнаність державних службовців зрілого віку у використанні цифрових технологій
	Країна багатой культурної спадщини та історії	Активний розвиток туристичної сфери, як наслідок додатковий прибуток	Співпрацювання з польськими експертами, які перебувають за кордоном, за для пропаганди Польщі	Зацікавленість державних службовців в усній популяризації країни, спираючись на свій досвід
	Має добре розвинену та порівняно бюджетну систему освіти	Залучення іноземних студентів	Популяризація експертами гарної системи освіти за кордоном, реклама власного досвіду	Залучення державних службовців в систему освіти для надання студентам власного досвіду
	Активно створює та поширює вже існуючі багатомовні сайти та сторінки в соц мережах з освяченням культури країни	Розкрутка реклами за допомогою соц мереж	Залучення польських експертів, які перебувають за кордоном до поширення культури країни за допомогою соц мереж	Співпраця державних службовців з цифровою дипломатією, шляхом розповсюдження відеоконтенту з їх участю

Матриця 3. Використання можливостей для компенсації слабких сторін

Слабкі сторони	Можливості			
		Можливість стати не тільки регіональним, а й одним з світових лідерів в області «м'якої сили» і культурної дипломатії	Посилення представлення Польщі як держави успіху, яка любить свободу, надання підтримки діаспорі та модернізацію й інституціональну розбудову дипломатичної служби	Популяризація польського наукового і культурного життя, презентація найцікавіших і найрізноманітніших подій та явищ за допомогою залучення блогерів
	Низький рівень державного фінансування культури	Залучення розвинених та компетентних експертів для правильного розподілення бюджету	Модернізація програми розподілення бюджету	Поповнення бюджету завдяки рекламуванню країни - як наслідок приплив туристів
	Порівняно низький рівень привабливості туристичного напрямлення	Світова визнаність країни	Посилення привабливого іміджу країни	Зростання привабливості країни
	Відсутність чіткої довгострокової стратегії розвитку «м'якої сили» і культурної дипломатії на державному рівні	Гнучкість адаптування під різні обставини	Швидке реагування на модернізацію і підлаштування під неї	Можливість вибору максимально популярних блогерів на сьогоднішній день

Матриця 4. Використання сильних сторін для реалізації можливостей

Сильні сторони	Можливості			
		Можливість стати не тільки регіональним, а й одним з світових лідерів в області «м'якої сили» і культурної дипломатії	Посилення представлення Польщі як держави успіху, яка любить свободу, надання підтримки діаспорі та модернізацію й інституціональну розбудову дипломатичної служби	Популяризація польського наукового і культурного життя, презентація найцікавіших і найрізноманітніших подій та явищ за допомогою залучення блогерів
	Країна багатої культурної спадщини та історії	Пропаганда культурної спадщини на міжнародній арені	Можливість спиратись на культурну спадщину та історію країни	Можливість створення великої кількості контенту про історію Польщі
	Має добре розвинену та порівняно бюджетну систему освіти	Залучення іноземних студентів та викладачів	Навчання якісних спеціалістів для подальшої служби країні	Більше молодих задоволених студентів – більше блогерів з позитивним контентом про державу
	Активно створює та поширює вже існуючі багатомовні сайти та сторінки в соц мережах з освяченням культури країни	Доступна популяризація культури Польщі для більшості країн світу	Пропаганда в інтернеті Польщі як держава успіху	З розвитком соц мереж викликати бажання молоді до блогерства і пропаганди польської культури

Матриця 5. Критична матриця. Результат впливу слабких сторін на загрози

Слабкі сторони	Загрози			
		Недостатня оцінка державою багатого культурного потенціалу країни	Міграція експертів, що досконало володіють мовою, знають специфіку країни перебування і мають налагоджені контакти в місцевих культурних середовищах	Необізнаність державних службовців зрілого віку у використанні цифрових технологій
	Низький рівень державного фінансування культури	Відсутність якісної обізнаності культури країни та занепад освітньої сфери	Неможливість реалізування своїх знань на території країни	Відсутність мотивації державних службовців у використанні цифрових технологій
	Порівняно низький рівень привабливості туристичного напрямлення	Недостатній дохід від сфери туризму	Відсутність робочих місць для експертів	Відсутність мотивації серед державних службовців для рекламування в соц мережах сферу туризму
	Відсутність чіткої довгострокової стратегії розвитку «м'якої сили» і культурної дипломатії на державному рівні	Відсутність конкретних кроків для зацікавленості держави в розвитку	Відсутність чіткого розуміння напрямку розвитку культурної	Відсутність серед державних службовців переваг використання

		культурної дипломатії	дипломатії	цифрових технологій
--	--	-----------------------	------------	---------------------

З проведеного SWOT-аналізу було отримано дані про можливі загрози Польщі в просуванні культурної дипломатії, про слабкі та сильні сторони та про можливості, які сприятимуть подальшому розвитку. Завдяки SWOT-аналізу можна побудувати сценарій розвитку культурної дипломатії. Її загрози можна попередити та вирішити за допомогою можливостей та сильних сторін.

Вищезазначене дає підстави стверджувати, що не зважаючи на відчутні позитивні зміни у практиці проактивного використання інформаційних та комунікаційних можливостей Інтернету, просування іміджу Польщі на світовій арені завдяки інститутам, науковим обмінам, кампаніям і т.і., у дипломатичній практиці Польщі, культурна дипломатія все ж має недоліки, особливо з огляду на складні внутрішньо- та зовнішньополітичні умови, неможливості достатнього фінансування та відсутності довгострокової стратегії.

### **3.3 Особливості сучасної публічної дипломатії Республіки Польща**

Розглядаючи сучасну діяльність зовнішньої політики можна сказати, що вона трансформується під впливом посилення демократичних процесів у сфері міжнародних відносин, перегляду ролі особистості та її впливу на вирішення політичних питань, а також інформатизацію світового простору в цілому. Поглиблення політичних, економічних та культурних взаємозв'язків призвело до потреби формування якісної двосторонньої взаємодії між різними акторами міжнародних відносин. При цьому політичні лідери через використання акаунтів у соціальних мережах змінюють образ політика та «зближаються» з громадськістю, формуючи широке коло прихильників власних політичних ініціатив та рішень. Гарними прикладами можуть бути акаунти в соціальних медіа Президента Франції Е. Макрона, Президента США Д. Трампа або Прем'єр міністра Канади Дж. Трюдо [77].



Зовнішньополітична комунікація ефективно здійснюється не тільки за допомогою традиційних каналів, а також за допомогою мережі Інтернет, значимість якої збільшується пропорційно квадрату кількості підключених юзерів [78]. Таким чином, інструменти Інтернету трансформують середовище зовнішньої та внутрішньої політики, одночасно відіграючи як роль об'єкта, до прикладу: використання Facebook чи Twitter для консолідації населення під час політичних переворотів, так і суб'єкта, прикладом чого може бути використання особистих даних користувачів соціальних мереж компанією Cambridge Analytica у 2018 році.

Свобода інформації і доступ до неї, необмежений ні простором, ні часом, та є однією з ключових переваг, які пропонує користувачам Інтернет. Держави та міжнародні інституції прагнуть використати цю перевагу у власних інтересах, щоб формувати позитивну репутацію в медіа, при цьому політичні інституції стикаються з суспільними вимогами, які вимагають посилення прозорості діяльності та дотримання правил комунікації. Тому учасники міжнародних відносин розробляють цілісну зовнішньополітичну комунікативну стратегію взаємодії, яка спрямована як на зовнішню, так і внутрішню аудиторію з метою забезпечення національних інтересів і формування позитивного сприйняття репутації держави.

Завдяки мережевим технологіям та їх здатності синтезувати індивідуальні, групові чи масові типи комунікації, з'являється унікальна та суттєво оновлена модель зовнішньополітичного спілкування, яка ґрунтується на різноманітності форм і використанні сучасних інформаційно комунікаційних технологій [79]. З огляду на зростання популярності соціальних медіа в політичній діяльності, відбулось розширення каналів зовнішньополітичної комунікації та поява цифрової дипломатії як сучасної форми дипломатичної діяльності держави, яка спрямована на представлення її національних інтересів, створення її позитивного іміджу і досягнення ключових цілей зовнішньої політики, а також просування національних цінностей та культури.

Цифрову дипломатію можна визначити, як використання мережі Інтернет та інноваційних інформаційно комунікаційних технологій для досягнення дипломатичних цілей. Фактично, цифрова дипломатія включає в себе створення,

функціонування, підтримку та оновлення офіційних веб сайтів державних установ, зокрема закордонних представництв та дипломатичних установ, посольств та консульств країн, веб сайтів або порталів про державу, які слугують основним джерелом інформація про неї, а також заповнення інформаційного простору новинами, подіями, публікаціями та іншими матеріалами.

Починаючи розгляд цифрової дипломатії Республіки Польща, варто звернути увагу на те, що на початку 2018 року Польща посіла 12-е місце у міжнародному огляді цифрової дипломатії (Digital Diplomacy Review, 2017), що стало проривом у порівнянні з 30-м місцем, зайнятим у 2016 році. Цей рейтинг демонструє спроможність органів державного управління впоратися з викликами, що виникають у міжнародних відносинах сьогодення у зв'язку з використанням інноваційних технологій. Рейтинг був підготовлений неурядовою організацією Diplomacy. Live, використовуючи методику, яка була розроблена на основі 166 критеріїв. Також у рейтингу 2018 року лідерами стали США (1-е місце), Велика Британія (2-е місце) і Франція (3-е місце). Для порівняння, Німеччина посіла 6 місце, а Індія перед Польщею на 11-ому місці [80].

За останні роки в Польщі спостерігається значний прогрес у багатьох сферах цифрового сектору, це пов'язано з активізацією діяльності Міністерства діджиталізації, яке проводить ефективну роботу, спрямовану на комп'ютеризацію та модернізацію сектору державного управління. Більше того, Міністерство бере активну участь у створенні міжнародно правового регулювання цієї сфери, яке сприяє розвитку цифрового сектору. Польща ініціює багато дискусій на міжнародних форумах щодо важливих аспектів цифрової реальності. Саме тому, активно вибудовується позитивний імідж Польщі як держави, яка активно стимулює процеси оцифрування і сектору державного управління і зовнішньополітичної діяльності.

Отже, потрібно перерахувати кілька важливих досягнень цифрової політики Польщі за останні роки. У середині 2017 року, разом з іншими країнами, Польща ініціювала обговорення перегляду стратегії ЄС на єдиному цифровому ринку. Польща також сприяла проведенню першого саміту Європейської Ради,

присвяченому виключно цифровим питанням, який відбувся у вересні 2018 року. Зокрема, Міністерство діджиталізації Польщі організувало в Брюсселі конференцію з питань економіки за участю Комісара ЄС з питань цифрової економіки та суспільства М. Габріель. Конференція довела важливу роль та значення даних у продуктивності економіки Польщі та країн ЄС. Польща також вперше була присутня на зустрічі міністрів цифрових технологій G20 у Дюссельдорфі у квітні 2018 року.

Якщо говорити про цифрову дипломатію Польщі, у якої немає єдиної всеосяжної програми, цілі частково зазначаються у Національній стратегії розвитку 2020 і у Стратегії до 2030 року. Також у державі була прийнята суміжна програма «Цифрова Польща» (Program Operacyjny Polska Cyfrowa 2014-2020) [81], яка має на меті зміцнення цифрових фондів для національного розвитку через створення загального доступу до високошвидкісного інтернету, надання електронних послуг і досягнення високого рівня цифрової компетентності громадян та урядовців.

У зовнішньополітичній стратегії Польщі на 2017-2021 роки [82], розробленій міністром закордонних справ та затвердженій Радою міністрів, визначено 3 основні пріоритети держави: безпека, економічне зростання та формування глобального іміджу Польщі, чому сприятиме партнерство з країнами сусідами, такими як Україна та Білорусь.

У розділі стратегії під назвою «Бренд країни» прописано, що Польща має потужний потенціал в даній сфері і тому здатна реалізувати план удосконалення репутації держави. Головним напрямом зовнішньополітичної діяльності Польщі у сфері цифрової дипломатії стане створення умов для інформування зовнішньої та внутрішньої аудиторії про ключові історичні та культурні події Польщі, які презентовані у сучасному форматі та які будуть зрозумілими аудиторіям по всьому світу. Польща вирішить цю проблему шляхом реструктуризації своєї дипломатичної мережі у культурній сфері (так звані польські інститути), які стануть ефективним ресурсом для просування польської культури за допомогою сучасних засобів комунікації.

Щодо інституційного забезпечення цифрової дипломатії Республіки Польща в рамках Міністерства закордонних справ, то різними аспектами цієї сфери займаються [83]:

- департамент стратегії зовнішньої політики, що формулює альтернативні напрями діяльності держави на європейському та міжнародному рівнях, а також визначає довгострокові виклики та загрози для Польщі. Також відіграє роль центру співпраці МЗС з науково-дослідними інститутами та підрозділами планування інших країн;

- департамент публічної та культурної дипломатії, що має на меті посилення «польського голосу на міжнародних форумах» [84]. Він займається переговорами по міжнародних угодах у сфері культури, освіти, науки, інформації та молодіжних обмінів, а також співпрацює з закордонними установами, представниками громадської думки, неурядовими організаціями та іноземними медіа;

- прес-служба МЗС Польщі, що відповідає за створення та поширення контенту на офіційному веб сайті відомства та сторінках польських дипломатичних представництв за кордоном;

- бюро архівів та інформаційного менеджменту, що займається стандартами внутрішньої комунікації та здійснює контроль належного використання ІТ-середовища в рамках дипломатичної та консульської служби. Зберігаючи документи, що стосуються діяльності міністерства в архівах, бюро забезпечує до них відкритий доступ для досліджень. У структурі МЗС створено також окремий департамент співпраці з польською діаспорою та поляками за кордоном, який формує, веде та координує співпрацю з польською діаспорою та польськими громадянами в інших країнах;

- управління інформаційних технологій і телекомунікацій, що забезпечує роботу телекомунікаційних та ІТ-мереж, та також доступ до баз даних міністерства. До сфери його відповідальності входить створення технічних умов для обробки, передачі та зберігання публічної та конфіденційної інформації у відомствах та польських дипломатичних представництвах за кордоном [85].

Варто також зазначити, що на початку 2019 року МЗС оновило свою онлайн-платформу, зокрема сайт міністерства було приєднано до системи Gov.pl. Платформа об'єднує інформацію про польську адміністрацію та державні справи [86].

Крім Міністерства закордонних справ Польщі, що традиційно займається питаннями формування іміджу держави та просування її інтересів, в державі також створено Міністерство діджиталізації (Ministerstwo Cyfryzacji), діяльністю якого є впровадження сучасних технологій з метою спрощення спілкування між громадянином та державою. Міністерство діджиталізації було створено на підставі постанови Ради Міністрів від 7 грудня 2015 року (шляхом перетворення попереднього Міністерства адміністрації та оцифрування). Постанова набрала чинності з дня оголошення, починаючи з 16 листопада 2015 року [87].

Зараз відомство займається питаннями єдиного цифрового ринку, міжнародного співробітництва держави у цифровій сфері, розвитком цифрових компетенцій, кібербезпекою, захистом персональних даних, модернізацією реєстрів і записів, телекомунікаціями та розвитком мережі, запровадженням та наданням електронних послуг в адміністрації, а також відкритими загальнодоступними даними. Отже можна сказати, що його діяльність знаходиться на перетині сфер електронного урядування та цифрової дипломатії, а в повному спектрі остання забезпечується двома міністерствами: Міністерством діджиталізації та Міністерством закордонних справ.

Можна виокремлено такі основні рівні цифрової дипломатії держави, як:

- офіційні веб сайти, що представляють країну та її установи;
- інформаційні ресурси;
- інтернет послуги та інтерактивні інструменти;
- соціальні медіаплатформи.

До офіційних веб сайтів, що представляють Польщу та її інституції, віднесемо, в першу чергу, сторінку Міністерства закордонних справ Польщі, на якій існує окрема вкладинка, присвячена виключно цифровій дипломатії держави; сторінку Міністерства діджиталізації, а також інших міністерств та державних органів.

Загалом присутність представництв держави онлайн нараховує 346 сайтів 44 мовами світу.

Окремо виділимо також портал gov.pl, заснований у рамках проекту Міністерства діджиталізації, який виступає першим кроком у напрямі до електронного врядування, та портал polska.pl, оновлений у 2014 році за ініціативи Міністерства закордонних справ. Додамо, що у 2015 році портал polska.pl отримав нагороду Mobile Trends Awards у Кракові за кращий вітчизняний мобільний портал.

Зараз polska.pl [88] є офіційним інформаційним порталом Республіки Польща і ведеться на англійській мові. На ньому можна знайти останні новини, а також статті про політику, суспільство, економіку, науку, мистецтво, спорт, туризм та історію. У 2018 році на порталі було запущено цікавий проект #PL100 до сторіччя відновлення Польщею своєї незалежності, який пропонував користувачам ознайомитися з хронологією подій, які привели Польщу до її незалежності, а також важливими історичними віхами, що трапилися на цьому шляху.

Також, за ініціативи МЗС Польщі було створено мобільний додаток iPolak, який можна завантажити безкоштовно на будь який пристрій. Завдяки цьому додатку користувачі отримують можливість швидкого доступу до інформації, корисної для подорожі за кордон. Важливо, що ця інформація постійно оновлюється міністерством тобто є актуальною завжди. У додатку можна знайти дані про країни, контактні дані польських представництв, а також необхідну інформацію для поїздок, включаючи, питання необхідності оформлення візи, стан безпеки у країнах, поради для власного захисту під час подорожі.

Якщо говорити про інформаційні ресурси, які формують та підтримують імідж держави, то користувачі мають доступ до сайту Інституту публічних справ польською та англійською мовами, де розміщуються актуальні публікації про результати досліджень у сфері зовнішньої та внутрішньої політики. Інститут публічних справ (ІРА) є провідним польським незалежним аналітичним центром, створеним у 1995 році [89]. Місія якого полягає в тому, щоб сприяти формуванню інформованої громадської дискусії з ключових внутрішньополітичних, європейських та глобальних питань. Отже, основними напрямками дослідження

Інституту є спільна європейська політика, соціальна політика, громадянське суспільство, політика міграції та розвитку, а також правові та демократичні інститути.

Результати своїх проєктів Інститут публікує в наукових доповідях, політичних документах та книгах, які розповсюджуються серед державних службовців, науковців, журналістів і активістів громадянського суспільства, а також на сайті аналітичного центру. Отже, можна ознайомитися з дослідженнями «Ефективна комунікація між владними структурами та громадянами за допомогою мережі Інтернет», «Молодь, політика, демократія: дослідження громадської думки в Угорщині, Польщі і Словаччині», «Громадянське суспільство у Польщі та Чилі» і т.д..

Також, до корисних інформаційних ресурсів онлайн віднесемо портал доступу до відкритих даних [dane.gov.pl](http://dane.gov.pl) [90], створений за ініціативи Міністерства діджиталізації. Портал доступний польською та англійською мовами і пропонує користувачам можливість вільного пошуку інформації у базах даних на теми освіти, адміністрації, бюджету і фінансів, бізнесу та економіки, культури, безпеки, зайнятості і соціальної допомоги, суспільних питань і захисту здоров'я, сільського господарства, спорту і туризму, захисту навколишнього середовища. Зараз на сайті можна знайти більше 11 тисяч документів у вільному доступі для користувачів з будь яких країн світу зі зручним пошуком, для чого створено окремий додаток, який можна завантажити на мобільні пристрої для більш швидкого та ефективного пошуку. Відтак створення єдиного державного сервісу [dane.gov.pl](http://dane.gov.pl) надало можливість громадянам мати доступ та користуватися усіма даними, які знаходяться у публічному доступі в рамках однієї платформи.

До того ж, ще одним прикладом інтерактивного Інтернет ресурсу може слугувати проєкт [ww2.pl](http://ww2.pl) [91], створений за ініціативи МЗС Польщі та доступний 8 мовами, який розповідає про роль Польщі та поляків у Другій світовій війні. Ця сторінка пропонує ряд статей, що розповідають про видатних постатей та події під час війни, які показують участь Польщі, її заслуги, перемоги, невдачі та втрати.

Що стосується сфери інтернет послуг та інтерактивних інструментів, то Польща також відрізняється значним прогресом. Починаючи з 2015 року, реформи, прийняті в рамках вищезгаданої програми «Цифрова Польща» рухаються в напрямку повного переходу державних послуг в онлайн сферу.

На державному рівні було створено Електронну платформу служб державного управління [eupar.gov.pl](http://eupar.gov.pl). [92], яка створена для того, щоб дозволити державним установам зробити свої електронні послуги доступними для громадськості. Веб сайт [www.eupar.gov.pl](http://www.eupar.gov.pl) дозволяє визначати ключові процеси обслуговування громадян та підприємств, створює канали доступу до різних систем державного управління і розширює пакет державних послуг, що надаються в електронному вигляді. Зокрема, за допомогою цієї платформи, користувачі мають можливість зареєструвати свою компанію онлайн, або подати запрошення для іноземного працівника онлайн тощо.

Ще одним прикладом розвитку сфери Інтернет послуг може слугувати портал [obywatel.gov.pl](http://obywatel.gov.pl) [93], який був створений за ініціативи Міністерства діджиталізації за для формування єдиної форми контакту громадян з державними установами, оскільки на сайті кожен бажаючий може поспілкуватися з представниками відповідних інституцій, надати запит та перевірити інформацію, яка його цікавить.

З метою розвитку інвестиційного потенціалу держави, крім [obywatel.gov.pl](http://obywatel.gov.pl), було створено єдину точку контакту для іноземних громадян, котрі мають бажання вести бізнес у Польщі. Така платформа [biznes.gov.pl](http://biznes.gov.pl) дозволяє іноземцям отримати необхідну інформацію від допомоги з вибором типу діяльності, до реєстрації всіх необхідних документів онлайн. Запровадження цього проекту не тільки збільшує рівень прозорості ведення бізнесу та сприяє боротьбі з корупцією, а також слугує зростанню іноземних інвестицій в державу.

Встановлено, що згідно з даними Міністерства закордонних справ, держава має 160 облікових записів у мікроблозі Twitter, 89 сторінок у мережі Facebook та 40 каналів на платформі YouTube. Користувачам доступні також блоги МЗС, які ведуться 12 авторами [94].

Для прикладу, у 2017 році Посольство Польщі в США опублікувало відео у мережі YouTube під назвою Words Matter, яке мало на меті привернення уваги



журналістів та користувачів соціальних медіа до використання коректного терміну говорячи про концентраційні табори, побудовані нацистською Німеччиною на території Польщі під час Другої світової війни. Це відео стало прикладом ефективного ведення цифрової дипломатії, зокрема, використання соціальних медіа для формування іміджу держави, висвітлення її історії та ролі в світі [95]. Також інформаційна кампанія Посольства включає в себе окремий канал у Twitter під назвою Truth about the Camps, де з'являються публікації, які розповідають про випадки, коли закордонні медіа приміняли термін «польські табори смерті». Крім цього, канал висвітлює й ті випадки, коли ЗМІ публікували виправлення цієї термінології після того, як вони зв'язалися з місцевими посольствами [96]. Цей проект може слугувати прикладом боротьби з несприятливим впливом на імідж держави процесів висвітлення певних історичних подій, в разі подачі яких під тим чи іншим кутом, можуть формувати негативне сприйняття сучасної Польщі.

Більше того, залежно від країни, де заходиться представництво, і особливостей користування та популярності різних соціальних мереж в ній, існує також ряд активних акаунтів польських закордонних місій на додаткових платформах, окрім зазначених вище. Так, можна знайти сторінки польських представництв у мережах Flickr, Google+, Weibo, Vimeo, Pinterest, та V Kontakte.

Основні 6 сторінок Міністерства та супровідних проектів у мережі Twitter (MSZ\_RP, PolaPolandMFA, Rzecznik\_MSZ, PolakZaGranica, HistDyplomacji та EastPartnership) ведуться здебільшого польською мовою (окрім PolaPolandMFA, воно подає інформацію англійською) та нараховують більше 135 тисяч активних підписників. Окремо ведуться 2 акаунти порталу polska.pl в мережі Twitter: один англійською, інший польською мовою. Разом вони зібрали більше 49 тисяч читачів. Сторінка порталу на платформі Facebook, в свою чергу, налічує більше 75 тисяч підписників [97].

Зазначимо, що Польща найактивніше використовує мережу Twitter для поширення новин, актуальних подій чи рішень. Ці сторінки відрізняються не тільки найбільшою кількістю облікових засобів та активних читачів, а ще й наповненим контентом, та постійним оновленням інформації. Найбільша кількість сторінок,

підписників і повідомлень представництв Польщі у Twitter припадає на європейські країни 53,7%; наступними в регіональному розподілі виступають країни Азії з 26% повідомлень та Північної Америки з 7,5%; на африканські країни припадає 6% об'єму інформаційних потоків, а 5% повідомлень у мережі розподіляються між країнами Південної Америки та Австралією.

Як зазначає керівник відділу цифрових комунікацій Міністерства закордонних справ Республіки Польща А. Скітерська, з 2015 року почали тісніше працювати з лідерами думок у соціальних мережах з усього світу. Метою такої співпраці є розвиток зовнішньополітичних цифрових комунікацій шляхом навчання та створення спільних проектів, щоб забезпечити їхню актуальність та відповідність швидким змінам у сучасному суспільстві [98].

У мережі Twitter проводяться цілісні інформаційні кампанії, які запускаються англійською мовою, оскільки основною цільовою аудиторією є громадяни інших країн, які цікавляться подіями у Польщі. Так, прикладом може слугувати кампанія #MyPolska, яка була розпочата у 2015 році з нагоди святкування Дня незалежності 11 листопада, того дня, коли Польща відновила свою незалежність у 1918 році. Завдяки цій кампанії користувачі мережі публікували свої фотографії, зняті по всьому світу в місцях, пов'язаних з Польщею і польською історією, збираючи всі ці знімки під одним хештегом.

Отже, проаналізувавши особливості цифрової дипломатії як сучасного явища зовнішньополітичної діяльності, можна сказати, що з огляду на такі сучасні тенденції міжнародних відносин, як демократизація зовнішньо- та внутрішньодержавних політичних процесів, персоналізація суб'єктів міжнародних відносин та зростаюча інформатизація середовища міжнародної взаємодії та цифрова дипломатія перетворюються на обов'язкову сферу діяльності та розвитку держав. Потрібно відмітити, що цифрову дипломатію можна визначити як діяльність, спрямовану на створення та підтримку офіційних веб сайтів державних установ, а також тематичних онлайн ресурсів про державу, які слугують основним джерелом інформації про неї і заповнення інформаційного простору публікаціями,

новинами, подіями та іншими матеріалами про актуальні питання зовнішньої політики.

Щодо інструментів цифрової дипломатії Польщі, виявлено значний прогрес держави у цій сфері та її вагомий вплив на внутрішню і зовнішню аудиторії. Зокрема, у 2018 році Польща посіла 12-е місце у міжнародному огляді цифрової дипломатії, піднявшись на 18 позицій вгору у порівнянні з 2016 роком та ввійшовши до 20 лідерів цієї сфери, хоча й не має єдиної всеосяжної програми.

Польща активно розвиває усі аспекти цифрової дипломатії через створення офіційних веб сайтів, які представляють країну та її установи, надання користувачам інтернет послуг та формування позитивного ставлення до міжнародно політичних ініціатив держави через взаємодію у рамках соціальних медіаплатформ та забезпечення доступу до інформаційних ресурсів про державу. Можна сказати, що нині в Польщі спостерігається значний прогрес у багатьох сферах цифрового сектору. Багато в чому це пов'язано з активною діяльністю Міністерства діджиталізації та медіапозицією Міністерства закордонних справ, а також ефективним впровадженням програми «Цифрова Польща», яка може слугувати прикладом для багатьох країн.

Але зважаючи на значні успіхи цифрової дипломатії Польщі, існують певні фактори які гальмують її розвиток, головним з яких є відсутність єдиної довгострокової стратегії.

Ще 2500 років тому великий китайський стратег Сунь-Цзи казав: «Стратегія без тактики – це найповільніший шлях до перемоги. Тактика без стратегії – це просто метушня перед поразкою». Країни без стратегії є ресурсом для країн зі стратегією. Можна сказати, що довгострокова стратегія:

- це інструмент довгострокового планування, особливо в умовах обмежених ресурсів.
- це джерельна база для підготовки і оцінки секторальних стратегій.
- це прекрасний фільтр і інструмент оцінки, пріоритизації і підходів до вирішення важливих тактичних завдань.

- це база для ефективної державної політики, де стимулювання економіки відбувається не хаотично, внаслідок активності різних лобістів груп, а системно, з оцінкою ефекту для всієї економіки і кожного громадянина.

- це потужний інструмент підвищення конкурентоспроможності національного бізнесу, який може спиратися на якісну державну політику, який зможе будувати і свої власні довгострокові стратегії на 3-5-10 років.

- це джерело інформації для інвесторів, іноземних і внутрішніх.

- це джерело інформації для батьків, чому вчити їх дітей, якщо є в планах залишити їх в Польщі.

- це джерело мотивації залишитися жити в Польщі і жити в економічно розвиненій країні з високим рівнем життя громадян.

- це інструмент публічної дипломатії.

Тому як рекомендація, Польщі слід визначити довгострокові цілі, тому що формування образу держави у світі в епоху глобалізації та панування цифрових технологій перестає бути прерогативою політиків, адже число агентів впливу невпинно збільшується за рахунок приватних суб'єктів, зокрема, лідерів думок, інфлюенсерів у соціальних мережах тощо. Однак нові правила політичної гри, що передбачають відкритість та публічність, можна обернути на користь за допомогою продуманої стратегії публічної дипломатії, плоди якої вимірюються не лише позитивним іміджем держави у світі, а й успіхом у просуванні зовнішньополітичних інтересів на міжнародній арені. У світлі форс-мажорних обставин, спричинених коронавірусом, особливої актуальності набувають цифрові технології, підсилюючи вагомість цифрової дипломатії.

## ВИСНОВКИ

На сьогодні одним з актуальних явищ є публічна дипломатія, яка передбачає активну роботу з громадською думкою і підтриманням постійного діалогу із зарубіжними цільовими аудиторіями. Такий формат спілкування неможливий без використання нових комунікаційних технологій. У ХХІ ст. публічна дипломатія стала значущим чинником в міжнародному житті для всіх розвинених країн. Трансформація світової системи, а також зміни в міжнародній комунікації призвели до переосмислення ролі іміджу держав в реалізації їх національних інтересів. У зв'язку з цим роль публічної дипломатії у зовнішньополітичній діяльності держав значно підвищилася.

В умовах сучасних реалій, публічну дипломатію можна трактувати як процес комунікації з зарубіжною громадськістю за допомогою державних і недержавних гравців для здійснення непрямого впливу на громадську думку і процеси прийняття зовнішньополітичних рішень за кордоном. Протягом століть простежувалося застосування державами методів і прийомів публічної дипломатії в зовнішній політиці. Але лише в ХХ ст. почалися зміни в бік усвідомленої державної політики, яка мала велику теоретичну, законодавчу та матеріальну бази.

Таким чином, провівши дослідження, можна стверджувати, що публічна дипломатія – це тільки один з механізмів «м'якої сили», що в сучасному світі виступає важливим і результативним інструментом зовнішньої політики держави з одного боку, і можливістю для громадянського суспільства скорегувати зовнішню політику і надати «людське обличчя» офіційній формі дипломатії – з іншого. Публічна дипломатія також є ресурсом, або майданчиком для створення і поширення конструктивних ідей, які згодом можуть з великими успіхами бути взяті до озброєння на офіційному державному рівні.

Сьогодні публічна дипломатія США є передовою в усьому світі. Американська публічна дипломатія є самостійним інструментом зовнішньої політики, що включає в себе такі механізми впливу на зарубіжні суспільства, як інформаційні програми, освітні обміни, проекти в галузі культури і спорту, а також

цифрову дипломатію. До основних зовнішньополітичних цілей американської публічної дипломатії відносять: поліпшення іміджу США серед найбільш активних і впливових верств іноземного суспільства; вплив на іноземну еліту і, зокрема, на її сегмент прийняття рішень; створення сприятливого ділового та інвестиційного клімату для США в зарубіжних державах.

В останні роки публічна дипломатія США реалізовується з опорою на концепцію «м'якої» і «розумної сили». А в їх основі лежить прагнення уряду США розширити число прихильників американських цінностей за кордоном і залучити міжнародну громадськість в політичний порядок денний, запропонований ними самими.

Зовнішньополітична діяльність Польщі останнім часом значно розширює діапазон інструментів та механізмів у своїй дипломатичній діяльності. Польща почала приділяти значну увагу саме медіадипломатії, яка спирається на нові технології в міжнародній комунікації, тому вагому частину яких становлять соціальні мережі та сервіси мікроблогінгу. Завдяки широкому впровадженню цих нових механізмів, Польщі вдалося розширити та збільшити свій вплив на громадську думку за кордоном з урахуванням своїх національних інтересів.

Тому було провести порівняльний аналіз публічної дипломатії США та Республіки Польща. Для дослідження було взято такі критерії: основна ціль публічної дипломатії держави, структура, форми реалізації, основні механізми реалізації, інструменти, присутність цифрової дипломатії, цільова зарубіжна аудиторія, методи просування основної теми серед цільової аудиторії, фонди та міжнародні програми, основні терміни.

Був зроблений висновок, що США хоч і являється родоначальницею публічної дипломатії і є незмінною передовою державою в цій сфері, Республіка Польща стрімкими кроками набирає оборотів в сфері публічної дипломатії, а особливо в цифровій дипломатії. Використання інструментів цифрової дипломатії для підтримки та просування національних інтересів виступає одним з пріоритетів дипломатичної роботи Республіки Польща, яка протягом останніх років є одним з лідерів у сфері розвитку цифрової грамотності та створення інформаційних ресурсів

і онлайн послуг, що дозволяє ефективніше комунікувати з зовнішньою та внутрішньою аудиторіями.

Було виявлено, що програми обміну вважаються чи найбільш ефективним інструментом публічної дипломатії США. Такі програми зосереджені на найбільш впливових колах інших держав: релігійних лідерах, вчителів, журналістах, молоді та жінках. Державний департамент США сприяє організації навчання іноземних студентів у США через найвідоміші програми обміну, а також пропонує стипендії на вивчення мов регіону Середнього Сходу протягом літа для американських студентів. Велику увагу держава почала приділяти розвитку партнерства з освітніми й науковими організаціями, бізнесом, неурядовим сектором. Партнерство з неурядовими організаціями, фундаціями, школами журналістики й бізнесом спрямоване на демонстрацію світові того, як багато робиться Сполученими Штатами Америки. Цей напрям Державний департамент часто називає «дипломатією вчинків».

З SWOT аналізу було визначено, що не зважаючи на відчутні позитивні зміни у практиці проактивного використання інформаційних та комунікаційних можливостей Інтернету, просування іміджу Польщі на світовій арені завдяки інститутам, науковим обмінам, кампаніям і т.і., у дипломатичній практиці Польщі, культурна дипломатія все ж має недоліки, особливо з огляду на складні внутрішньо-та зовнішньополітичні умови, неможливості достатнього фінансування та відсутності довгострокової стратегії.

Останніми роками в Польщі спостерігається значний прогрес у багатьох сферах цифрового сектору, що пов'язано з активізацією діяльності Міністерства діджиталізації. Таким чином, активно вибудовується позитивний імідж Польщі як держави, яка активно стимулює процеси оцифрування як сектору державного управління, так і зовнішньополітичної діяльності. Варто також зазначити, що на початку 2019 року МЗС оновило свою онлайн-платформу: сайт міністерства було приєднано до системи Gov.pl, яка об'єднує інформацію про польську адміністрацію та державні справи. Загалом присутність представництв держави онлайн нараховує 346 сайтів 44 мовами світу.

Що стосується сфери інтернет послуг та інтерактивних інструментів, у цьому аспекті Польща також відрізняється значним прогресом. Починаючи з 2015 року, реформи, прийняті в рамках вищезгаданої програми «Цифрова Польща» рухаються в напрямку повного переходу державних послуг в онлайн сферу.

Встановлено, що згідно з даними Міністерства закордонних справ, держава має 160 облікових записів у мікроблозі Twitter, 89 сторінок у мережі Facebook та 40 каналів на платформі YouTube. Користувачам доступні також блоги МЗС, які ведуть 12 авторів.

Більше того, залежно від країни, де заходиться представництво, і особливостей користування та популярності різних соціальних мереж в ній, існує також ряд активних акаунтів польських закордонних місій на додаткових платформах. Можна знайти сторінки польських представництв у мережах Flickr, Google+, Weibo, Vimeo, Pinterest, та V Kontakte.

Польща активно розвиває усі аспекти цифрової дипломатії через створення офіційних веб сайтів, які представляють країну та її установи, забезпечення доступу до інформаційних ресурсів про державу, надання користувачам інтернет послуг та формування позитивного ставлення до міжнародно політичних ініціатив держави через взаємодію у рамках соціальних медіаплатформ. Можна сказати, що нині в Польщі спостерігається значний прогрес у багатьох сферах цифрового сектору. Багато в чому це пов'язано з цілеспрямованою діяльністю Міністерства діджиталізації та активною медіапозицією Міністерства закордонних справ, а також ефективним впровадженням програми «Цифрова Польща».



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Богатуров А.Д., Системная история международных отношений в четырех томах: НОФМО, 2004. 49 с.
2. Толстов С.В., Система міжнародних відносин: внутрішні зв'язки та регулюючі механізми. Антологія творчих досягнень, 2004. 263-289 с.
3. Хантингтон С., Столкновение цивилизаций/ Пер с англ. Т. Велимеева. Ю. Новикова. – М: ООО «Издательство АСТ», 2003. 603 с.
4. Фукуяма Ф., Конец истории и последний человек/ Пер. с англ. МБ. Левина. – М.: ООО «Издательство АСТ: ЗАО НПП «Ермак», 2004. 588 с.
5. Тоффлер Э., Пер. с англ. Барабанов С. та ін.. Третья волна. М.: ООО "Фирма "Издательство АСТ", 2004. 6-261 с.
6. Кастельс М. Информационная эпоха. Экономика, общество и культура / Пер с англ. Шкаратан О.И. – М., ГУ-ВШЭ, 2000.
7. Бжезинский З. Выбор. Мировое господство или глобальное лидерство/ Пер с англ. Международные отношения – М, 2005. 288 с.
8. Валлерстайн И. Анализ мировых систем и ситуация в современном мире / Пер с англ. – СПб., 2001.
9. Валлерстайн И. Конец знакомого мира: Социология XXI века / Пер. с англ. – М., 2003.
10. Валлерстайн И. Миросистемный анализ: Введение / Пер с англ. – М., 2006.
11. Троян С.С. Сучасні міжнародні відносини: основні тенденції еволюції, кафедра міжнародних відносин і країнознавства Рівненського інституту слов'янознавства Київського славістичного університету, URL: [https://vmv.kyvu.edu.ua/v/08/troyan\\_ss.htm](https://vmv.kyvu.edu.ua/v/08/troyan_ss.htm)
12. Цыганков П.А. Теория международных отношений: Учебное пособие. М.: Гардарики, 2003. 590 с.
13. Песков Д. Современные международные отношения и мировая политика: – Учебник / Под ред. А.В. Торкунова. – М., 2004.
14. Шепелев М.А. Теорія міжнародних відносин: Підручник. – К., 2004.

15. Толстов С.В. Тенденції міжнародної взаємодії XXI століття: досвід політичного аналізу і моделювання: Інститут світової економіки і міжнародних відносин НАН України, URL: <http://jrn1.nau.edu.ua/index.php/SR/article/view/6872>, 2013.
16. Толстов С.В. Проблеми еволюції міжнародної системи: концептуальні та методологічні аспекти//Проблеми міжнародних відносин: Інститут світової економіки і міжнародних відносин НАН України, URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pmv\\_2013\\_7\\_17](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pmv_2013_7_17), 2013.
17. Биков О.М. Університетські наукові записки №4 (28), 2008. 71-74 с.
18. Иванов О.Б. Глобальные риски и тенденции современного мира: Учебник /Экономика в современном мире – М, URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/globalnye-riski-i-tendentsii-sovremennogo-mira/viewer>, 2017.
19. Бовин, А. Ведущие тенденции развития международных отношений// Международная жизнь. – М., 2004. 172-183 с.
20. Піпченко Н. О. Влияние нетрадиционных акторов международных отношений на внешнюю политику государств: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, URL: <http://dsr.univ.kiev.ua/pub/131095/> 2014.
21. Глобальні тренди міжнародних відносин: колективна монографія /Даниленко С. І. та ін. Київ, 2020. 524 с.
22. Великий Енциклопедичний словник., 2000, 1456 с.
23. Никольсон Г. Дипломатия, Пер с англ. Трояновский А.А. – М.: ОГИЗ государственное издательство политической литературы, 1941, 156 с.
24. The American president with a laudable desire, журнал Тайм 1856, 6 с. URL: <https://time.com/>
25. Мельникова М. И. Публичная дипломатия как инструмент внешней политики в современных международных отношениях. ФГБОУ ВО «Уральский государственный педагогический университет» Институт социального образования Кафедра рекламы и связей с общественностью, 2018, 127 с.
26. Піпченко Н.О. Внешнеполитические детерминанты международной интернет-коммуникации, Актуальные проблемы международных отношений и

дипломатии (1918г. – начало XXI в.): Международная научно-практическая конференция. Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2015. 4 с.

27. Сеидов В.Г. Транснационализация СМИ в процессе глобализации, 2018. URL:

[https://www.researchgate.net/publication/324622207\\_The\\_Transnationalization\\_of\\_Mass\\_Media\\_in\\_the\\_Globalization\\_Process](https://www.researchgate.net/publication/324622207_The_Transnationalization_of_Mass_Media_in_the_Globalization_Process)

28. Кубишкін А. І., Цветкова Н. А., Публичная дипломатия США. От мягкой силы к диалоговой дипломатии. Международные процессы, Том 13, № 3, 2013, 52 с. URL: <http://intertrends.ru/system/Doc/ArticlePdf/1248/A7xHW3zLY9.pdf>

29. Барышников Д. Н., Костюк Р. В., Ткаченко С. Л. Эффективность дипломатии. Кафедра мировой политики Кафедра теории и истории международных отношений Кафедра европейских исследований. Издательство «ВВМ» 2009, 164 с. URL: <https://pureportal.spbu.ru/en/publications>

30. Цветков А.Ю. Публичная дипломатия как ресурс внешней политики: проблема эффективности. Вестник СПбГУ. Сер. 6, выпуск 3, 2010 URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/publichnaya-diplomatiya-kak-resurs-vneshney-politiki-problema-effektivnosti/viewer>

31. Joseph S. Nye, Jr. Soft Power. Published By: Slate Group, LLC. No. 80, Twentieth Anniversary (Autumn, 1990), pp. 153-171

32. Долинский А.В. Современные механизмы сотрудничества в рамках публичной дипломатии. «МГИМО-Университет», 2011. 24 с.

33. Д. Н. Барышников, Р. В. Костюк, С. Л. Ткаченко Эффективность дипломатии. Издательство «ВВМ», 2009. 164 с. URL: <https://pureportal.spbu.ru/ru/publications>

34. Руднєва В. Публічна дипломатія: теоретичні основи застосування нової інформаційно-комунікаційної технології в державному управлінні\Механізми державного управління, 2012. 147-153 с. URL: <http://visnyk.academy.gov.ua/wp-content/uploads/2013/11/2012-1-18.pdf>

35. Цветкова Н. А. Социальные сети в публичной дипломатии США. Вестник СПбГУ Сер. 6, выпуск 3, 2011 URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-seti-v-publichnoy-diplomatii-ssha/viewer>
36. Родькин П. Е. Промышленный бренд будущего. Визуальная революция в эпоху атомного ренессанса. Павел Родькин. – М.: Форум, 2009. 112 с.
37. Українська дипломатична енциклопедія: у 2 т. редкол.: Л. В. Губерський та ін.. – К. : Знання України, 2004. - Т. 1. - 760 с.
38. Сухорольський П. М. Місюк І.Ю. Поняття та сутність громадської дипломатії. Політологія, Грані №1, 2011. 178-180 с. URL: [http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/26164/1/PD\\_Grani.pdf](http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/26164/1/PD_Grani.pdf)
39. Никифорова Г.Ю. Мазуренко А.В. Брендинг и публичная дипломатия как факторы устойчивого развития территории в условиях глобализации. 2013, 187-189 с. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/brending-i-publichnaya-diplomatiya-kak-factory-ustoychivogo-razvitiya-territorii-v-usloviyah-globalizatsii/viewer>
40. Піпченко Н. О. Міжнародна інтернет-комунікація США: від віртуальної дипломатії до соціальних медіа. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Історія. Філософія. Політологія, 2016. 142-146 с. URL: <http://dsr.univ.kiev.ua/pub/193757/>
41. Піпченко Н.О. Внешнеполитическая практика США и ЕС в условиях цифровой дипломатии. Современная американистика: сборник научных статей по внутренней и внешней политике США, 2016. 54-61с.
42. Піпченко Н.О. Цифрова дипломатія як інструмент зовнішньополітичної діяльності США. Міжнародні відносини. Серія "Політичні науки". Електронне видання Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка, 2015. 1-14 с.
43. Америка і Європа у сучасних міжнародних трансформаціях. Монографія. – К.: Центр вільної преси, 2014. 472 с.
44. США і світ XXI століття : монографія. / Пахомов Ю. М., Коваль І. М., Шергін С. О. та інші. – К. : Центр вільної преси, 2013. 620 с.

45. Rapidgrowth Markets Soft Power Index 2012, p. 6 .журнал Тайм URL: <https://time.com/>
46. Офіційний акаунт Держдепу в Твіттері URL: // <https://twitter.com/statedept>
47. Офіційний акаунт Держдепу на Фейсбуці URL: // <https://www.facebook.com/usdos>
48. Зонова Т.В. Современная модель дипломатии: истоки становления и перспективы развития. М.: РОССПЭН, 2003. URL: <https://mgimo.ru/about/news/experts/226467/>
49. Офіційна сторінка Д. Трампа в Твіттері URL: // <https://twitter.com/POTUS>
50. Місюк І. Інституційне забезпечення громадської дипломатії США. Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку, випуск 25, 2013. 124-130 с. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/21119/1/22-124-130.pdf>
51. Talik, M. Rada promocji Polski będzie wspierać projekt ESK 2016. URL: <http://www.wroclaw.pl/rada-promocji-polski-bedzie-wspierac-projektesk-20161>
52. Оcieпка, В. Polish public diplomacy. E-International Relations URL: <http://www.e-ir.info/2012/10/08/polish-publicdiplomacy>
53. Баладинська І. Культурна політика Польщі в стосунку до сучасної України. Житомирський державний університет імені Івана Франка. *Studia politologica Ucraino-Polona*. 2013. - Вип. 3. 209-217 с. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Spup\\_2013\\_3\\_25](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Spup_2013_3_25)
54. Kowal P. Niektóre aspekty formułowania programu kulturalnego dla Polaków na Wschodzie *Ośrodek Myśli Politycznej*. URL: <http://www.omp.org.pl/stareomp/index4620.html?module=subjects&func=printpage&pageid=292&scope=page>
55. Public diplomacy report 2013-2014. Ministry of Foreign Affairs of Poland, Department of Public and Cultural Diplomacy. Warsaw, 2015. 100 p.
56. Strona Ministerstwa spraw zagranicznych na Youtube. Youtube: official page. URL: <https://www.youtube.com/user/PolandMFA>
57. Ministry of Foreign Affairs of the Republic of Poland. Flickr: official page. URL: <https://www.flickr.com/photos/polandmfa/>

58. Ministerstwo Spraw Zagranicznych RP. Twitter: official page. URL: [https://twitter.com/MSZ\\_RP](https://twitter.com/MSZ_RP)
59. Blog Mareka Magierowskiego na twitterze // Twitter: official page. URL: <https://twitter.com/mmagierowski>
60. Janik R., Pietrzyk A., Raport. Twitter w Polsce, URL: <https://www.dropbox.com/s/9scj60ysho6q84s/Twitter%20w%20Polsce%20Raport.pdf>
61. Radosław Sikorski. Twitter: official page. URL: <https://twitter.com/sikorskiradek>
62. Ministerstwo Spraw Zagranicznych RP. Twitter: official page. URL: [https://twitter.com/MSZ\\_RP](https://twitter.com/MSZ_RP)
63. Polish Embassy UK. Twitter: official page. URL: <https://twitter.com/PolishEmbassyUK>
64. Beata Szydło. Twitter: official page. URL: <https://twitter.com/BeataSzydlo>
65. Буглай Н. Формування позитивного іміджу Польщі на міжнародній арені. Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського. Серія : Історичні науки. 2016. № 2. 94-98 с. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmdu\\_2016\\_2\\_18](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmdu_2016_2_18)
66. Карпчук Н.П. Публічна дипломатія Польщі як чинник Європейської інтеграції. Міжнародні відносини серія «Політичні науки». Київ, 2017. 96–107 с. URL: <http://visnyk-psp.kpi.ua/article/view/194066>
67. Radosław Sikorski. Facebook: official page. URL: <https://www.facebook.com/radeksikorski/>
68. Polska. Facebook: official page. URL: <https://www.facebook.com/polska>
69. Ministry of Foreign Affairs of the Republic of Poland. Flickr: official page. URL: <https://www.flickr.com/photos/polandmfa/>
70. Polska dyplomacja cyfrowa. MSZ Polski: oficjalna strona. URL: [https://www.msz.gov.pl/pl/p/msz\\_pl/aktualnosci/polska\\_dyplomacja\\_cyfr](https://www.msz.gov.pl/pl/p/msz_pl/aktualnosci/polska_dyplomacja_cyfr)
71. Strona Ministerstwa spraw zagranicznych na Youtube. Youtube: official page. URL: <https://www.youtube.com/user/PolandMFA>
72. Witold Sobkow. Twitter: official page. URL: <https://twitter.com/witoldsobkow>

73. Рудюк А.М. Тихоненко І.В. Використання соціальних мереж дипломатичною службою Республіки Польща. Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право: збірник наукових праць. 2018. № 4 (40). 57- 61 с. URL: [https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/32554/1/VPSP2018-4\\_57-61.pdf](https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/32554/1/VPSP2018-4_57-61.pdf)
74. Оcieпка, В. Polish public diplomacy // E-International Relations. URL: <http://www.e-ir.info/2012/10/08/polish-publicdiplomacy/>
75. Матчук Я. Ю Функціональні характеристики цифрової дипломатії Республіки Польща. Збірник наукових праць «Гілея: науковий вісник» 2019. Вип. 144(3). 81-87 с. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya\\_2019\\_144%283%29\\_\\_19](http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya_2019_144%283%29__19)
76. Польща на експорт: нова публічна дипломатія чи політичний реванш?: веб сайт. URL: [https://rus.lb.ua/culture/2016/07/25/341040\\_polshcha\\_eksport\\_nova\\_publichna.html](https://rus.lb.ua/culture/2016/07/25/341040_polshcha_eksport_nova_publichna.html)
77. Bump, P., How politicians use of social media is reinforcing a partisan media divide, Washington Post. 18 Dec. 2017. URL: [https://www.washingtonpost.com/news/politics/wp/2017/12/18/how-politicians-use-of-social-media-is-reinforcing-a-partisan-mediadivide/?noredirect=on&utm\\_term=.5c8735675e85](https://www.washingtonpost.com/news/politics/wp/2017/12/18/how-politicians-use-of-social-media-is-reinforcing-a-partisan-mediadivide/?noredirect=on&utm_term=.5c8735675e85)
78. Shapiro, C., Information Rules, Boston: Harvard Business School Press. 1999.
79. Денисюк, С.Г., Технологічні виміри політичної комунікації. Вінниця: ВНТУ. 2012.
80. Didital Diplomacy Live, Digital Diplomacy Review, Digital.Diplomacy.Live. 2017  
URL: [http://digital.diplomacy.live/ddr17/?utm\\_campaign=shareaholic&utm\\_medium=facebook&utm\\_source=socialnetwork&fbclid=IwAR3h520A8YifP-CR8eveXIWBp5FQZl5qTtjfrJRWcPf5\\_-pQZxZZsELPVi4](http://digital.diplomacy.live/ddr17/?utm_campaign=shareaholic&utm_medium=facebook&utm_source=socialnetwork&fbclid=IwAR3h520A8YifP-CR8eveXIWBp5FQZl5qTtjfrJRWcPf5_-pQZxZZsELPVi4)
81. Ministerstwo Inwestycji i Rozwoju, Program Polska Cyfrowa 2014-2020, Serwis Programy Polska Cyfrowa. 2018. URL: <https://www.polskacyfrowa.gov.pl/strony/oprogramie/dokumenty/program-polska-cyfrowa-2014-2020/>

82. Ministry of Foreign Affairs Republic of Poland, Ministry of Foreign Affairs Republic of Poland: What we do, Polish Government website. 2019. URL: <https://www.gov.pl/web/diplomacy/what-we-do>

83. Ministry of Foreign Affairs Republic of Poland, Ministry of Foreign Affairs Republic of Poland: Organisational units, Polish Government website. 2019. URL: <https://www.gov.pl/web/diplomacy/organisational-units>

84. Ministry of Foreign Affairs Republic of Poland, Department of Public and Cultural Diplomacy, Polish Government website. 2019. URL: <https://www.gov.pl/web/diplomacy/departament-of-public-and-cultural-diplomacy-and-cultural-diplomacy>

85. Ministry of Foreign Affairs Republic of Poland, Information Technology and Telecommunications Office, Polish Government website. 2019. URL: <https://www.gov.pl/web/diplomacy/information-technology-and-telecommunication-office>

86. Ministry of Foreign Affairs Republic of Poland, The MFA has a new website: [www.gov.pl/diplomacy](http://www.gov.pl/diplomacy), Ministry of Foreign Affairs Archive website. 2019. URL: [https://www.msz.gov.pl/en/news/the\\_mfa\\_has\\_a\\_new\\_website\\_\\_www\\_gov\\_pl\\_diplomacy](https://www.msz.gov.pl/en/news/the_mfa_has_a_new_website__www_gov_pl_diplomacy)

87. Rada Ministrów, Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 7 grudnia 2015 r. w sprawie utworzenia Ministerstwa Cyfryzacji, ISAP - Internetowy System Aktów Prawnych. 2015. URL: <http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/DocDetails.xsp?id=WDU20150002077>

88. Ministry of Foreign Affairs, Polska Information Portal, Polska.pl. 2014. URL: <https://www.polska.pl/>

89. IPA. Institute of Public Affairs, Instytut Spraw Publicznych. 2019 URL: <https://www.isp.org.pl/en/about-us>

90. Ministerstwo Cyfryzacji, Otwarte Dane, Dane.gov. pl. 2015. URL: <https://dane.gov.pl/>

91. Ministry of Foreign Affairs Republic of Poland, Portal «Poland and Poles during the Second World War», WW2.pl. 2019. URL: <https://ww2.pl/en>



92. Ministerstwo Cyfryzacji, Electronic Platform of Public Administration Services, ePUAP. 2019. URL: <https://epuap.gov.pl/wps/portal/english>
93. Ministerstwo Cyfryzacji. OBYWATEL.GOV.PL, COI. 2019. URL: <https://obywatel.gov.pl>
94. Ministry of Foreign Affairs Republic of Poland 2014, Get to know Polish digital diplomacy better, Ministry of Foreign Affairs Archive website. URL: [https://www.msz.gov.pl/en/news/get\\_to\\_know\\_polish\\_digital\\_diplomacy\\_better](https://www.msz.gov.pl/en/news/get_to_know_polish_digital_diplomacy_better)
95. Manor, I., 2017. Poland's #Selfie Diplomacy, Digdipblog. URL: <https://digdipblog.com/2017/01/24/polands-selfie-diplomacy/>
96. Ministry of Foreign Affairs Republic of Poland 2012, @ Truthaboutcamps, Twitter account. URL: <https://twitter.com/TruthAboutCamps>
97. Ministry of Foreign Affairs Republic of Poland 2019, Polish digital diplomacy, Ministry of Foreign Affairs Archive website. URL: [https://www.msz.gov.pl/en/news/polish\\_ediplomacy/](https://www.msz.gov.pl/en/news/polish_ediplomacy/)
98. Skieterska, A., 2015. Digital diplomacy in a Polish way, Twiplomacy. URL: <https://twiplomacy.com/blog/digital-diplomacy-in-a-polish-way/>
99. Піпченко. Н.О Соціальні медіа у структурі зовнішньої політики провідних міжнародних акторів, Київ: Центр вільної преси, 2014. URL: [http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol\\_n/article/viewFile/3322/3001](http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/viewFile/3322/3001)
100. Arendarska, J., Elektroniczna dyplomacja – nowe narzędzia komunikowania w dyplomacji, тKwartalnik Naukowy OAP UW «e-Politikon». 2012, p. 42-60. URL: <http://yadda.icm.edu.pl/yadda/element/bwmeta1.element.desklight-99653b34-3a2d-47da-b26c-e513d3a1938a>
101. Ціватий В.Г. Культурна дипломатія Республіки Польща: інституційний та іміджевий аспект. Науковий вісник Дипломатичної академії України. 2012. Вип. 19. 295-302 с. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvdau\\_2012\\_19\\_45](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvdau_2012_19_45)